Die Lehre vom Monopol in der neuern deutschen Literatur

Inaugural-Dissertation

zur Erlangung der Würde eines Doctor rerum politicarum
der hohen juristischen Fakultät der Universität Bern

vorgelegt von

Arthur Winzenried
aus Belp

Die Lehre vom Monopol in der neuern deutschen Literatur

Inaugural-Dissertation

zur Erlangung der Würde eines Doctor rerum politicarum
der hohen juristischen Fakultät der Universität Bern

vorgelegt von

Arthur Winzenried
aus Belp

Buchdruckerei F. Graf-Lehmann, Bern — 1940

Die Fakultät hat diese Arbeit am 15. Dezember 1938 auf Antrag von Prof. Dr. Amonn als Dissertation angenommen, ohne damit zu den darin ausgesprochenen Auffassungen Stellung nehmen zu wollen.

Inhaltsverzeichnis

Einleitung 7

I. Teil: Begriffe und Formen 9
§ 1. Der Monopolbegriff 9
§ 2. Ursachen der Monopolbildung 19
§ 3. Die wichtigsten Arten des Monopols 24
§ 4. Die Wirkungen des Monopols 34
§ 5. Das Monopol und die Gleichgewichtsvorstellung . . . 37
§ 6. Oppenheimers Monopollehre 39

II. Teil: Die Monopolpreislehre. 49
§ 7. Der Begriff des Monopolpreises und die ihn bestimmenden Kräfte im allgemeinen 49
§ 8. Der Monopolpreis beim Angebotsmonopol 63
§ 9. Die Bedeutung von Besteuerung und Prämiierung für die Bestimmung des Monopolpreises 90
§ 10. Die Mitberücksichtigung des Konsumenteninteresses bei der Monopolpreisfestsetzung 96
§ 11. Die Erhaltung der Monopolstellung 101
§ 12. Das Nachfragemonopol des Konsumenten 102
§ 13. Vereinigung von Nachfrage und Angebotsmonopol . . 104
§ 14. Das beidseitige Monopol 106
§ 15. Das Monopoloid 107
§ 16. Ergebnisse der Monopolpreislehre 110

Digitized by the Internet Archive
in 2026

https://archive.org/details/IA41547622_0094

Literaturverzeichnis

Amonn Alfred, Grundzüge der Volkswohlstandslehre, Jena 1926.

— Oppenheimers Theorie der reinen und politischen Oekonomie, II, Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik, Bd. 60. (Arch. f. Sozw.), Tübingen 1928.

Barone Enrico, Grundzüge der theoretischen Nationalökonomie. Uebersetzung von H. Staehle, Bonn 1927.

Böhm Franz, Wettbewerb und Monopolkampf, Berlin 1933.

Böttcher J., Der Monopolpreis, Diss., Köln 1927.

Casper Karl, Monopol und Sozialprodukt in der Statik. Zeitschrift für Nationalökonomie, Wien, 1935.

— Theorie des Monopolpreises. Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik, Bd. 141, Jena, 1935 (zit. Theorie).

— Zur Preistheorie des Bedarfsdeckungsmonopols. Zeitschrift für Nationalökonomie, Bd. VII, Heft 2, Wien 1936.

— Das Monopol im Stufenbau der Wirtschaft. Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik, Bd. 143, Jena 1936.

Cassel G., Theoretische Sozialökonomie, Leipzig 1932.

Conrad Otto, Lohn und Rente, Wien 1909.

Cournot, Untersuchung über die mathematischen Grundlagen der Theorie des Reichtums, Jena 1923, Uebersetzung 1936.

Dobretsberger J., Konkurrenz und Monopol in der gegenwärtigen Wirtschaft, Leipzig und Wien 1929.

— Wandlungen der Monopoltheorie. Schmollers Jahrbuch, Jahrg. 53, München und Leipzig 1929.

Döblin, Monopol und Besteuerung, Berlin 1933.

Egner Erich, Der Sinn des Monopols in der gegenwärtigen Wirtschaftsordnung, Berlin 1931.

Haberler E., Der internationale Handel, Wien 1933.

Halm G., Die Konkurrenz, München 1929.

— Monopolistische Bestrebungen in der Gegenwart. Handwörterbuch der Staatswissenschaften. Ergänzungsband. 4. Auflage. Jena 1929.

Kaufmann Berthold, Beiträge zur Lehre von der Monopolpolitik und der staatlichen Monopolkontrolle. Diss. Hamburg 1935.

Liefmann Robert, Grundsätze der Volkswirtschaftslehre. Bd. II, Berlin und Stuttgart, 1919.

— Konkurrenz- und Monopoltheorie. Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik, Bd. 41, Tübingen 1916.

— Theorie des Monopolpreises. Wirtschaftstheorien der Gegenwart, Band II, Wien 1932.

Marshall Alfred, Handbuch der Volkswirtschaftslehre. Uebersetzung von Ephraim und Salz, Stuttgart und Berlin, 1905.

Mayer Hans, Artikel „Monopolpreis" im Handwörterbuch der Staatswissenschaften, 4. Auflage, Jena 1925.

Mises L., Die Gemeinwirtschaft, Jena 1932.

Oppenheimer Franz, Theorie der reinen und politischen Oekonomie. Jena 1919. 4. Auflage.

Otte G., Das Differentialeinkommen im Lichte der neuern Forschung, Berlin 1930. (Volkswirtschaftliche Studien, Heft 28).

Philippovich E., Grundriss der politischen Oekonomie, Tübingen 1912.

Schneider Erich, Reine Theorie monopolistischer Wirtschaftsformen, Tübingen 1932.

Schumpeter, J. A., Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung, München 1926.

Smith Adam, Untersuchung über das Wesen und die Ursachen des Volkswohlstandes. Deutsch von E. Stöpel, Berlin 1878.

Stackelberg Heinrich, Marktform und Gleichgewicht, Wien und Berlin 1934.

Stark Hans, Die Theorie der Monopole, Berlin 1931.

Tismer Alfred, Grenzen der Diskontpolitik, München und Leipzig 1932.

Weber Adolf, Allgemeine Volkswirtschaftslehre, München und Leipzig 1928.

Weiss F. X., Artikel „Monopol" im Handwörterbuch der Staatswissenschaften, 4. Auflage, VI. Bd., Jena 1925.

Wicksell Knut, Vorlesungen über Nationalökonomie, Band I, Jena 1913.

Wieser v. Fr., Theorie der gesellschaftlichen Wirtschaft. Grundriss der Sozialökonomie, Bd. I, Tübingen 1914.

Wolfers A., Das Kartellproblem im Lichte der deutschen Kartell-Literatur, (Schriften des Vereins für Sozialpolitik, Band 180), München 1931.

— Ueber monopolistische und nicht monopolistische Wirtschaftsverbände. Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik, Band 59, 1928.

Zwiedineck O., Volkswirtschaftslehre, Berlin 1932.

Einleitung

Seit den Klassikern hat die Monopoltheorie verschiedene Wandlungen durchgemacht. Wir begegnen daher bei der Behandlung dieses Problems verschiedenen Theorien. Das Ziel dieser Arbeit ist eine Darlegung der Lehre vom Monopol, wie sie sich in der neuern deutschen Literatur findet, mit besondern Hinweisen auf gegensätzliche und übereinstimmende Auffassungen.

Im Aufbau schliesst sich diese Untersuchung den Darlegungen Egners[1]) an, der drei Arten von Monopollehren unterscheidet.

1. Die empirisch-realistische Monopollehre ist ihrem Wesen nach historisch. Als Ausgangspunkt dienen die vorkommenden Tatbestände, anhand deren man allgemeine Regeln abzuleiten versucht. Dadurch wird die Entstehung und die Entwicklung grosser Monopolgebilde dargestellt. Man schafft Idealtypen, welche aus den Regelmässigkeiten der Wirklichkeit gewonnen sind.

2. Die Monopolpreislehre ist eine Preistheorie. Sie sucht die Gesetzmässigkeiten der Bildung des Monopolpreises zu erklären, unter der Voraussetzung des wirtschaftlichen Eigeninteresses. Da sich die Auswirkungen des Monopols zur Hauptsache auf den Preis beziehen, werden wir diese Lehre ausführlich darstellen.

3. Die monopolistische Akkumulationslehre. Die wirtschaftliche Entwicklung führt zur Akkumulation. Diese bringt ein Wachsen der Zahl der Maschinen, eine Zentralisation der Produktion in einige wenige Unternehmungen mit sich, was zu Monopolen führt. Die Notwendigkeit des Monopols liegt also

[1]) Egner, Der Sinn des Monopols, S. 9 ff.

im Kapitalismus. Beides wird aber als ein Widersinn dargestellt.

In unserer Untersuchung werden wir, um die Hauptpunkte klarstellen zu können, Elemente aus allen drei Monopollehren verwenden. Vielfach sind diese auch politisch gefärbt, was in unserer Darstellung vermieden werden soll.

Das Monopol und der Monopolpreis sind Teilgebiete der Nationalökonomie. In bezug auf den Monopolpreis können nur Gesetze aufgestellt werden, wenn das Gewinninteresse des Monopolisten vorausgesetzt wird. Den Problemkreis der Kartelle, Trusts usw. werden wir insoweit berücksichtigen, als dies für die Untersuchung von Bedeutung ist, um so mehr, da hier schon zahlreiche Arbeiten vorhanden sind.

In der Hauptsache werden wir uns mit den nachstehenden Fragen beschäftigen: Was versteht man unter einem Monopol? Welches sind die Ursachen der Monopolbildung? Welche Wirkungen ergeben sich aus dem Monopol? Welche Arten von Monopolen können wir unterscheiden? Diese Fragen bilden die Grundlage für die Betrachtung der Monopolpreislehre. Was ist ein Monopolpreis? Ein Monopolpreisoptimum? Wie geht diese Preisbildung bei einem vollständigen Monopol vor sich? Welchen Einfluss übt ein unvollständiges Monopol auf die Preisgestaltung aus? Welches ist die Folge einer Monopolsteuer? Einer Prämie? Gibt es gewisse Voraussetzungen, unter denen der Monopolist das Interesse der Gesamtheit beachten wird? Dies führt uns zur Betrachtung des Zusammenhanges des Monopols mit der gesamten Wirtschaft. Beziehungen zwischen Monopol und Konkurrenz. Einfluss des Monopols auf die Wirtschaftsordnung. Wie sind die Wirkungen des Monopols zu beurteilen? Gibt es Mittel zur Verhinderung des Monopols?

Da das Monopol auch von Nationalökonomen der mathematischen Schulen gründlich untersucht wurde, dürfen wir diese ebenfalls nicht ganz ausser acht lassen.

Wir haben es bei der Behandlung des Monopols mit einem unerschöpflichen Problemkreis zu tun. Aus dieser Fülle von Problemen nehmen wir die erwähnten heraus und stellen sie in den Vordergrund unserer Betrachtungen.

I. Teil

Begriffe und Formen

§ 1. Der Monopolbegriff

Das dem griechischen Sprachschatze entnommene Wort „Monopol" bedeutet in seiner Uebersetzung „Alleinhandel" oder „Alleinverkauf". Man pflegt diesen Begriff jedoch nicht nur für das Angebot, sondern auch für die Nachfrage zu verwenden. Praktisch allerdings ist das Angebotsmonopol weit wichtiger.

Leider zeigt sich auch beim Monopolproblem eine unzweckmässige, oft verwirrende Terminologie. Je nach der subjektiven engern oder weitern Auffassung der Autoren werden verschiedene Tatbestände als Monopol bezeichnet. Da die Monopole auf einer gewissen Vormachtstellung beruhen, ermöglichen sie in der Regel höhere Gewinne, als bei freiem Wettbewerb zu erzielen wären. Diese Kennzeichen wurden meist als charakteristisch für die Begriffsbestimmung verwendet. Sie sind aber auch bei Konkurrenz anzutreffen, so dass sie zur Definition nicht genügen können. Dobretsberger [1]) weist auf die Schwierigkeit hin, den Monopolgewinn gegenüber der Differentialrente quantitativ abzugrenzen und betont, dass sowohl die Konkurrenz, wie das Monopol, je nach der Konjunkturlage zur Vormachtstellung gelangen kann, und daher der Monopolpreis zu gewissen Zeiten geradezu nivellierend wirkt. Um eine möglichst umfassende Uebersicht über die verschiedenen Begriffsbestimmungen geben zu können, erachten wir es als das Beste, die vorherrschenden Begriffe darzulegen und ihre Abweichungen aufzuzeigen.

Der Idealtypus des Monopols ist das vollständige Mo-

[1]) Dobretsberger, Konkurrenz und Monopol, S. 65, ähnlich auch Wolfers, Ueber monopolistische und nicht monopolistische Wirtschaftsverbände, S. 308.

nopol im Sinne der in der deutschen Literatur vielfach gebrauchten Monopoldefinition, wie sie etwa von Weiss und Mayer im Handwörterbuch der Staatswissenschaften formuliert wird. Unter Monopol im strengsten Sinne verstehen diese beiden Autoren „die Beherrschung des Gesamtangebotes eines Gutes (Verkehrsobjektes) oder der Gesamtnachfrage darnach durch eine einzige Person oder eine zusammengeschlossene Personengruppe". Diese Definition schliesst sich dem ursprünglichen Sinn des Wortes „Monopol" an. Das Hauptmerkmal ist das Vorhandensein eines einzigen Verkäufers oder Käufers auf dem Markte und die damit verbundene vollständige Beherrschung des Angebots oder der Nachfrage einer Ware, also die Marktstellung des Wirtschaftssubjektes, während Monopolwille und Monopolstellung nicht besonders hervorgehoben werden.

Das Kriterium der Vollständigkeit wird u. a. von Wieser[2]) hervorgehoben, der das Monopol definiert als „die ausschliessliche Beherrschung des Angebotes oder der Nachfrage durch ein einziges Subjekt und also durch einen einzigen Willen. Dieses einzige Subjekt kann eine einzelne physische Person oder juristische Person oder auch eine Mehrheit oder gar Vielheit von Personen sein, die wie ein Kartell, Trust oder Ring, oder wie eine Koalition, durch Verträge geeinigt sind." Für Wicksell[3]) bedeutet das Monopol ein „Nichtstattfinden eines Wettbewerbes, entweder hinsichtlich einer bestimmten Warengattung, wie bei finanziellen Staatsmonopolen (z. B. Salz, Tabak, Branntwein usw.), industriellen Erfindungspatenten und dergleichen, oder auch relativ auf einem bestimmten geographischen Gebiete und innerhalb gewisser Preisgrenzen." Bei Adolf Weber[4]) ist ein Monopol dann vorhanden, wenn „der Ausschluss des Konkurrenzkampfes innerhalb einer Marktpartei erreicht ist", demnach entweder die Käufer oder Verkäufer als eine Einheit auftreten. Ebenfalls in diesem Sinne definiert Liefmann[5]) das Monopol, wenn er schreibt, es bezeichne den Zustand, dass nur ein Anbieter bzw. Abnehmer vorhanden sei.

[2]) Wieser, Theorie der gesellschaftlichen Wirtschaft, S. 249.
[3]) Wicksell, Vorlesungen über Nationalökonomie, Bd. I, S. 143.
[4]) Weber, Allgemeine Volkswirtschaftslehre, S. 306.
[5]) Liefmann, Theorie des Monopolpreises, S. 126 und Konkurrenz- und Monopoltheorie, S. 111 f.

Das vollständige Monopol stellt einen Grenzfall dar und ist in Wirklichkeit äusserst selten anzutreffen. Weitverbreitet ist dagegen das Streben nach einer derartigen Marktbeherrschung, ohne dass jedoch das Ziel vollständig erreicht werden kann. Die sich auf Grund der Theorie des vollständigen Monopols ergebenden Monopolwirkungen treten jedoch auch in dem Falle ein, wo das Monopol nicht wirklich hundertprozentig ist. Sobald die Stellung eines Käufers oder Verkäufers nämlich so überragend ist, dass die Wirkungen etwaiger Unter- oder Ueberbietungen durch Wettbewerber vernachlässigt werden können, verhält sich der Markt so, als ob ein vollständiges Monopol im strengen Sinne bestünde. Der Begriff des vollständigen Monopols lässt sich demnach ohne weiteres ausweiten, indem auch solche Fälle inbegriffen werden, wo die vorhandene Konkurrenz praktisch keine Rolle spielt.

Eine noch weitere Fassung des Monopolbegriffs schliesst auch jene Fälle ein, wo eine Person (Personengruppe) das Angebot oder die Nachfrage, zwar nicht zur Gänze, wohl aber zu einem beträchtlichen Teil beherrscht, dass sie durch ihr Verhalten auf dem Markte die Preisbildung des betreffenden Gutes merklich beeinflussen kann.[6]) Diese Marktlage hat offenbar Liefmann[7]) im Auge, wenn er an anderer Stelle sagt: „Monopol bedeutet demnach jenes Verhältnis des Angebots zur Nachfrage, bei dem zumindest ein Teil der Nachfragenden nur durch einen Anbieter befriedigt werden kann. Beim Nachfragemonopol liegt der umgekehrte Fall vor". Eine solche Erweiterung des Monopolbegriffes erscheint uns nicht ohne weiteres zulässig. Ein Zustand des Marktes nämlich, bei welchem Angebot oder Nachfrage zwar nicht vollständig, aber doch zum grössten Teile bei einem einzigen Wirtschaftssubjekte vereinigt ist, wäre als unvollständiges Monopol zu bezeichnen, sobald der Wettbewerb so merklich wird, dass das eine überragende Marktstellung einnehmende Wirtschaftssubjekt in seiner Preissetzung darauf Rücksicht nehmen muss. Wieser[8]) nennt solche Gebilde Monopoloide, während Mayer[9]) diesen Namen

[6]) Handw. d. Staatsw., Art. „Monopol".
[7]) Liefmann, Konkurrenz und Monopoltheorie, S. 129.
[8]) Wieser, S. 281.
[9]) Handw. d. Staatsw.

für jene Konstellationen reserviert, bei denen zwar die Marktstellung eines vollständigen Monopols gegeben ist, der Monopolist jedoch auf die restlose Ausnützung seiner Gewinnmöglichkeiten verzichtet.

Beim unvollständigen Monopol setzt sich das gesamte Angebot oder die gesamte Nachfrage aus einem in einer Hand zusammengefassten Anteil und einem atomisierten Anteil zusammen. Das so aufgefasste unvollständige Monopol muss streng abgegrenzt werden vom mehrfachen Monopol,[10]) wo zwei oder mehrere Erzeuger oder Käufer jeder für sich allein das Angebot oder die Nachfrage von sich aus bewusst beeinflussen kann. Das mehrfache Monopol von zwei Wirtschaftssubjekten wird Dyopol, das von mehreren Wirtschaftssubjekten Oligopol genannt. Von manchen Autoren wird statt des letzteren der Ausdruck Polypol gebraucht, den wir lieber in diesem Zusammenhange vermeiden wollen, weil er wiederum von andern Autoren für das vielseitige oder allseitige Monopol verwendet wird. Ebenso wie beim Monopol können wir auch von einem unvollständigen oder vollständigen Dyopol bzw. Oligopol sprechen, je nachdem ob neben den Dyopolisten oder Oligopolisten noch ein atomisiertes Angebot oder eine atomisierte Nachfrage auftritt.

Von den Vertretern der mathematischen Schule wird bei der Definition des Monopols das Hauptgewicht auf die monopolistische Preisbildung gelegt, die zuerst von Cournot beschrieben worden ist.[11]) Diese Preisbildungsform lässt sich nach Stackelberg[12]) kurz wie folgt formulieren: „Der Monopolist beherrscht den Markt und modifiziert den Preis. Die Wirtschaftsindividuen der Gegenseite betrachten den Preis als eine von ihrem Verhalten unabhängige Grösse, d. h. sie verhalten sich genau ebenso wie bei völlig freier Konkurrenz." Die Marktbeherrschung kann durch Festsetzung der Mengen oder der Preise erfolgen. Im ersten Falle werden mittelbar auch die Preise, im zweiten Falle mittelbar auch die Mengen beeinflusst.

---

[10]) Tismer, Grenzen der Diskontpolitik, S. 30. Schneider, Reine Theorie monopolistischer Wirtschaftsformen, S. 132.

[11]) Cournot, Untersuchungen über die mathematischen Grundlagen der Theorie des Reichtums, Jena 1923.

[12]) Stackelberg, Marktform und Gleichgewicht, S. 14.

Alfred Marshall,[13]) der zu den Klassikern der exakten Monopoltheorie gezählt werden darf, definiert das Monopol wie folgt: „Ein Monopol ist dann vorhanden, wo eine einzelne Person oder eine Vereinigung von Personen die Macht hat, entweder die Menge eines Gutes, die zum Verkauf ausgeboten wird, oder den Preis, zu dem es ausgeboten wird, festzulegen." Aehnlich auch Wolfers und Tismer. Wolfers[14]) sieht im „Monopol eine Marktsituation, die sich dadurch auszeichnet, dass ein Anbieter die Macht hat, die Gesamtangebotsmenge und damit den Preis nach seiner Wahl zu bestimmen." Tismer[15]) versteht unter Monopol „die Zusammenfassung des Angebots an einer Ware oder Dienstleistung auf einem Markte, dass Angebotsmenge und Preis von einer zentralen Instanz festgesetzt werden." Für Barone[16]) bedeutet Monopol „die Möglichkeit eines einzigen Unternehmers, die Erzeugungsmenge und den Preis des betreffenden Produktes so zu stellen, dass er einen maximalen Gewinn erreicht." Hiebei muss daran erinnert werden, dass der Monopolist nicht die Mengen und die Preise unabhängig voneinander zugleich festsetzen kann. Durch die Menge ist zugleich der Preis und durch den Preis zugleich auch die Menge gegeben, weil jedem Preis eine bestimmte Menge entspricht.

Die meisten Definitionen des Monopols unterlassen es, neben der Monopolstellung den Monopolwillen noch besonders zu betonen. Eine besondere Annahme über den Monopolwillen wäre überflüssig, wenn die Monopoltheorie, ebenso wie die reine Theorie des freien Wettbewerbes, ohne weiteres die Hypothese des Strebens nach dem höchstmöglichen Nutzen oder Geldgewinn zur Grundlage ihrer Deduktionen machen könnte. Namentlich die Vertreter der hedonistischen Schule sehen im Streben nach dem Maximalgewinn eine selbstverständliche Voraussetzung ihres theoretischen Lehrgebäudes.

Nach Casper[17]) und Otte[18]) entsteht ein Monopol

[13]) Marshall, Handbuch der Volkswirtschaftslehre, S. 457.

[14]) Wolfers, Das Kartellproblem im Lichte der deutschen Kartell-Literatur, S. 35.

[15]) Tismer, Grenzen der Diskontpolitik, S. 30.

[16]) Barone, Grundzüge der theoretischen Nationalökonomie, S. 174.

[17]) Caspar, Theorie des Monopolpreises, S. 513.

[18]) Otte, Das Differentialeinkommen, S. 38.

durch ausdrücklichen Monopolwillen in der Form der künstlichen Produktionseinschränkung. Laut Casper [19]) kommt dies einer direkten Preisbeeinflussung gleich und ermöglicht so den Monopolpreis und den Monopolgewinn. Die Annahme des ausdrücklichen Monopolwillens hat den grossen Vorteil, dass sie die Monopolstellung gegenüber andern begünstigten Marktstellungen, insbesondere gegenüber Seltenheitsgütern, klar abgrenzt. Schon Adolf Weber [20]) suchte die Seltenheitsgüter von den Monopolgütern zu trennen, indem er darauf hinwies, dass durch die monopolistische Vereinigung noch höhere Preise erzielt werden könnten. Ausschlaggebend für den Unterschied ist die besondere Art der Knappheit. Für die Seltenheitsgüter ist die Knappheit objektiv gegeben, ohne Beeinflussung durch die Wirtschaftssubjekte, während beim Monopolgut durch die willkürliche Regulierung der angebotenen Mengen eine Verknappung stattfindet, eine subjektiv bestimmte Knappheit. Auf diese Weise kann der mechanische Preisbildungsprozess beeinflusst werden. [21]) Die Seltenheitsposition ist demnach noch keine Monopolposition. Eine solche kann sich natürlich leicht daraus entwickeln, indem noch eine künstliche Verknappung dazu tritt, was immer die Folge des Monopolwillens sein wird. Casper [22]) erklärt den Monopolgewinn durch die Verknappung, wobei er darauf aufmerksam macht, dass dieser nur durch eine bestimmte Monopolerhaltungs- und Verteidigungspolitik gehalten werden kann. Daraus sei leicht ersichtlich, dass es ein Irrtum ist, hohe Preise mit Monopolpreisen zu identifizieren, da sich die erstern aus natürlicher Knappheit ergeben, die nicht weggeschafft werden kann. Damit fallen für ihn auch die kostensenkenden Zusammenschlüsse aus dem Rahmen der Monopoltheorie heraus. Nicht die Preis- oder Gewinnhöhe ist massgebend für die Monopolstellung, sondern die künstliche Produktionseinschränkung als Mittel einer Preisüberhöhung. [23]) Ebenso können Fabrik-, Handels- und Gewerbsgeheimnisse an sich nicht mehr als Monopole

---

[19]) Casper, Theorie, S. 514.
[20]) Adolf Weber, Allgemeine Volkswirtschaftslehre, S. 308.
[21]) Casper, Theorie, S. 515. Otte, S. 43.
[22]) Casper, Theorie, S. 516.
[23]) Casper, Theorie, S. 517. Wolfers, Das Kartellproblem, S. 35 ff.

gelten, da nicht ein einziger Anbieter oder Nachfrager das Monopolkriterium bildet, sondern als weiteres Merkmal die Möglichkeit, bezw. der Wille der Preisbeeinflussung dazu tritt. Die besondere Hervorhebung des Monopolwillens durch Casper und Otte erscheint überflüssig, da das Streben nach maximalem Gewinn vorausgesetzt wird. Sowie aber auch andere Möglichkeiten anerkannt werden, braucht der Wille, von der Monopolstellung im Sinne einer bewussten Beeinflussung der Preise oder Mengen Gebrauch zu machen, keineswegs zu einer Einschränkung des Angebots oder der Nachfrage zu führen. Der Monopolist, der sich seiner Monopolstellung bewusst ist, weiss, dass er einen vom Konkurrenzpreis abweichenden Preis fordern oder bieten kann. Welcher Preis das sein wird, hängt von der von ihm eingeschlagenen Monopolpolitik ab. In der Privatwirtschaft ist nun allerdings das Streben nach dem höchsten Gewinn vorherrschend. Der Monopolwillen wird normalerweise in einer monopolistischen Ueberhöhung der Preise zum Ausdruck kommen. Aber nicht jeder Monopolist wird sich die Mühe nehmen, den Preis oder die Mengen, welche den höchsten Gewinn ergeben, mit aller Genauigkeit zu ermitteln, denn der hiefür nötige Aufwand an persönlicher Leistung steht oft in keinem Verhältnis zum möglichen Mehrerlös, zumal der Monopolist gewöhnlich ein verhältnismässig hohes Einkommen hat, dessen Grenznutzen niedrig ist. Oft wird sich der Monopolist an den Grundsatz halten: „Der beste Monopolgewinn ist ein ruhiges Leben.“ [24]) So bequem wird aber ein Monopolist auf keinen Fall sein, dass er sich mit dem Konkurrenzpreis begnügt, wenn er weiss, dass er mehr bekommen kann.

Der Monopolist kann aber als Erzeuger auch vom Grundsatz des Maximalgewinnes bewusst zugunsten der Verbraucher abweichen. So gilt insbesondere für die im öffentlichen Interesse errichteten, oder von der öffentlichen Hand in bezug auf ihre Preisbildung kontrollierten Monopole, der Grundsatz des maximalen Gewinnes nur dann, wenn fiskalische Gesichtspunkte allein massgebend sind. Wird dagegen auf den grössten Vorteil des Verbrauchers abgestellt, so wird der Monopolwille nicht zu einer Erhöhung, sondern eher zu einer Herabsetzung der

[24]) J. R. Hicks, The Theory of Monopoly, Econometrica III, 1, S. 8, 1935.

Preise führen. Wir sprachen in diesem Falle mit Caspar von einem Bedarfsdeckungsmonopol,[25]) von F. X. Weiss auch Monopoloid genannt.[26]) Hier wird nach Weiss bei ausschliesslicher Marktbeherrschung nicht erhöhter Gewinn, sondern vollkommene Befriedigung des Bedarfs der Abnehmer angestrebt, wobei auch unter den Konkurrenzpreis bis zu jenem Preis heruntergegangen werden kann, bei welchem der Gesamterlös gerade die Gesamtkosten deckt. Reine Bedarfsdeckungsmonopole sind nach Casper alle jene Monopole, deren Preise zwischen Konkurrenzpreis und Selbstkostenpreis liegen — wobei Casper allerdings zu erwähnen unterlässt, dass vorerst ein Konkurrenzpreis bestanden haben muss. Wird eine Erzeugung von vornherein im Rahmen eines Monopols aufgenommen, so gibt es keinen Konkurrenzpreis und das Bedarfsdeckungsmonopol kennt nur einen Preis, nämlich den Selbstkostenpreis.

Unter der Voraussetzung eines einheitlichen Preises auf dem Markte hätten wir also reine Gewinnmonopole, deren Preise über dem Konkurrenzpreis bzw. dem Selbstkostenpreis liegen, mit dem Maximalgewinnmonopol als Grenzfall, und die reinen Bedarfsdeckungsmonopole, welche zum Konkurrenzpreis und darunter verkaufen, mit dem reinen Maximalabsatzmonopol als Grenzfall. Gibt es keinen Konkurrenzpreis, so ist letzteres die einzige Möglichkeit des reinen Bedarfsdeckungsmonopols.

Es fehlt in der Monopolliteratur auch nicht an Versuchen von einem neuen Standpunkt aus zu einer Begriffsbestimmung zu gelangen. Ein solch neuer Ausgangspunkt bildet der statische Gleichgewichtszustand bei Egner. Nach seiner Auffassung ergibt sich beim Monopol, je nach der Seite, von welcher man es betrachtet, immer die Möglichkeit des Bezuges eines positiven oder negativen Gewinnes. Monopol und Gewinn sind daher Korrelate und können nur zusammen umgrenzt werden. Unter Monopol versteht er demnach „die Möglichkeit auf dem Produktenmarkte einen Gewinn zu erzielen. Gewinn ist der Bestandteil des Preises, der einem Marktpartner als Differenz zwischen dem statischen Gleichgewichtspreis und dem

---

[25]) Casper, Zur Preistheorie des Bedarfsdeckungsmonopols, Z. f. Nat. VII, S. 214—225.

[26]) Weiss, Art. „Monopol“ im Handw. d. Staatsw., S. 62.

Marktpreis eines Produktes zufällt.“ [27]) Nach dieser weit gefassten Definition wird jeder tatsächlich bezahlte Preis zum Monopolpreis. Unternehmergewinn und Monopolgewinn fallen zusammen, was mit der bisherigen Theorie in Widerspruch steht, indem diese stets bemüht war, die zwei Gewinnarten streng voneinander zu scheiden. Egners Auffassung sehr nahe kommt auch Dobretsberger, wenn er sagt: „Monopol ist jene Vormachtstellung, welche einer Marktseite gestattet, durch Konzentration neue Bedingungen der Einkommensvermittlung zu schaffen.“ [28]) Im Gegensatz zu Egner tritt er jedoch dann mit seiner Erklärung, dass das Monopol gegenüber der Konkurrenz nur ein anderes Prinzip des Wettbewerbsausschlusses darstelle. Beim Wettbewerb erfolge dieser Ausschluss nach der wirtschaftlichen Ueberlegenheit, beim Monopol auf irgend eine andere Weise, nach vertraglich festgelegten Gesichtspunkten. [29]) Das Wesen des Monopols erblickt er nicht im Preis, da jener erst die Folge der Organisationsform sei. Egner erklärt dies empirisch für richtig, betont aber, dass damit theoretisch für die Erklärung des Monopols noch nichts gewonnen sei. Einig geht Dobretsberger dann mit Liefmann, wenn er schreibt, „das Wesen des Monopols liegt einzig und allein in der bestimmten Art des Zustandekommens des Grenzangebotes durch Regulierung der Angebotsmenge.“ [30])

Die weiteste Ausdehnung des Monopolbegriffes finden wir zweifellos bei Conrad und Oppenheimer. Nach der Auffassung von Conrad [31]) beruht „jede Rente ohne Ausnahme auf einem Monopolverhältnis, einer Beschränkung der Konkurrenz. Infolge dieser Beschränkung bleibt die Menge der angebotenen Ware zurück hinter der Menge, die beim Kostenpunkt, d. h. bei dem Preis, der den Arbeitskosten entspricht begehrt wird. Die Folge davon ist, dass der Preis dauernd über den Arbeitskosten gehalten werden kann. Der Ueberschuss des Preises, der auf diese Weise entsteht, ist die Rente, die dem Inhaber des Monopols zufliesst.“ Somit rechnet er schon den Besitz an

[27]) Egner, Der Sinn des Monopols, S. 43.
[28]) Dobretsberger, Konkurrenz und Monopol, S. 46.
[29]) Dobretsberger, S. 49.
[30]) Dobretsberger, S. 82.
[31]) Conrad, Lohn und Rente, S. 132.

Produktionsmitteln, wie Kapital und Boden unter den Begriff des Monopols und daraus folgt, dass jedes nicht aus Arbeit herrührende Einkommen einen Monopolgewinn darstellt. Ebenso umfassend ist die Definition von Oppenheimer.[32]) „Als Monopol bezeichnen wir eine gesellschaftliche Machtposition dann, wenn zwischen ihrem Inhaber und andern Mitgliedern der Gesellschaft wirtschaftliche Beziehungen bestehen, denen zufolge jener, der Monopolist, einen Monopolgewinn erhält." Das Monopol verschafft dem Inhaber ein erhöhtes Einkommen, denn, führt er weiter aus, „sein Einkommen ist um einen gewissen Betrag höher, als das Einkommen anderer Wirtschaftspersonen, die sich nicht der Verfügung über eine solche Machtposition erfreuen, unter sonst gleichen Umständen ist, nämlich bei gleicher Anspannung gleich qualifizierter Arbeitskraft in gleicher Zeit." Sein Monopolbegriff umfasst sämtliche Machtpositionen, denen zufolge die eine Marktpartei im Tauschverkehr einen Sondergewinn zuungunsten der andern erhält. Als Monopol betrachtet er alles, was nicht freie Konkurrenz ist. Dabei braucht Oppenheimer jedoch den Ausdruck freie Konkurrenz nicht in dem sonst üblichen Sinne. Er versteht darunter eine für jedermann mögliche Beteiligung, also einen Idealfall, wo für jedes Wirtschaftssubjekt die gleichen Voraussetzungen angenommen werden, keines in bezug auf die Mittel für den Wirtschaftskampf einen Vorteil voraus hat. Dies widerspricht der herrschenden Wirtschaftsordnung, wo wir nur von einer jedermann freistehenden Beteiligung sprechen können, insofern dazu die nötigen Mittel zur Verfügung stehen.[33]) Einzig und allein die Machtposition, entstanden durch die persönliche Qualifikation der Arbeit, fällt nicht unter den Monopolbegriff. Sie ist die alleinige Ursache zur Rechtfertigung der verschieden hohen Einkommen. Sowohl Conrad wie Oppenheimer ziehen die Preisbildung der Produktionsfaktoren mit in das Monopolproblem hinein, was unserer Ansicht nach eine unzweckmässige Ausweitung des Monopolbegriffes darstellt. Wir müssen die Verteilung der Produktionsfaktoren auf die Wirtschaftssubjekte als gegeben hinnehmen, sonst kommen wir zu einer Unterscheidung zwischen kapitalistisch bedingten und nicht kapitalistisch be-

[32]) Oppenheimer, Theorie der reinen und politischen Oekonomie, S. 235.
[33]) Amonn, Arch. f. Sozw. Bd. 60, S. 307.

dingten Monopolen. Beim Monopolproblem handelt es sich weniger um die Abweichung vom statischen Gleichgewichtspreis, als um die Abweichung vom Konkurrenzpreis insoweit sie mit einem Mehrgewinn verbunden ist. Deshalb müssen wir in der herrschenden Wirtschaftsordnung Zins, Lohn und Rente als nicht monopolistische Erscheinungen hinnehmen. Oppenheimer und Conrad gehen bei der Untersuchung des Monopolsachverhalts von einem Idealzustand aus, der der gegebenen Wirtschaftsordnung nicht entspricht. Die sich ergebenden Folgerungen wird man daher nicht ohne weiteres auf die herrschenden Zustände anwenden können, da sie unter ganz anderen Voraussetzungen zustande kamen. Ihre Gültigkeit ist eine beschränkte, und der auf diese Weise gewonnene Begriff wird sich für Untersuchungen nicht gut eignen.

§ 2. Ursachen der Monopolbildung

Ein Blick in die Vergangenheit zeigt uns, dass schon in frühern Zeiten die jeweilige Ordnung des gesellschaftlichen Lebens zahlreiche Monopole entstehen liess. Unter der Herrschaft der Zünfte wurde das Gewerbewesen durch den sogenannten Zunftzwang eingehend geregelt. Aber auch im Handel finden wir solche Gebilde. Diese Monopole entstanden fast ausschliesslich auf künstliche Weise, d. h. sie wurden durch das öffentliche Recht geschaffen. Dabei können wir zwei Formen unterscheiden. Entweder behält sich der Staat das Monopol selbst vor, oder er verleiht es an bestimmte Personen. Derartige Monopole stehen häufig im Dienste der Wirtschaftspolitik und und sollen die Interessen des Staates und der Allgemeinheit wahren. In grossem Ausmasse treffen wir derartige Gebilde zur Zeit des Merkantilismus. Das Merkantilsystem bedeutete ja nichts anderes, als eine weitgehende Bevormundung und Ordnung des Wirtschaftslebens durch den Staat. Alle Handlungen des Staates wurden, als durch das Wohl der Gesamtheit bestimmt, angesehen. Dadurch wurde jeder Eingriff der Obrigkeit in das Privatleben der Individuen gerechtfertigt. Das Grundmotiv war das Streben nach Erhöhung der politischen Macht durch Vergrösserung des Reichtums.[1])

[1]) Böttcher, Der Monopolpreis, S. 3 ff.

Auch heute noch existieren zahlreiche rechtliche Monopole. Zum Teil stehen sie als Steuermonopole im Dienste der Finanzpolitik eines Staates und sollen diesem ausgiebige Einnahmequellen sichern. Daneben kann das Monopol auch der Wahrung der allgemeinen Interessen dienen, um eine allgemein bessere Verteilung zu erzielen. So beispielsweise bei lebensnotwendigen Gütern, mit dem Zwecke der Befriedigung möglichst grosser Massen, durch Verhinderung der Ausbeutung durch zu hohe Preise.

Verschiedene äussere natürliche Verhältnisse können die Monopolbildung bewirken. In den meisten Fällen handelt es sich hier um Monopole der Urproduktion.[2]) Es genügt das Vorhandensein von seltenen Bodenschätzen oder eine günstige Bodenlage, um eine solche Monopolstellung zu begründen. Anlass dazu kann nicht zuletzt auch die gute Qualität des Bodens sein, indem dadurch der Besitzer die Möglichkeit besitzt, besondere Qualitätsprodukte hervorzubringen.[3]) (Dies ist z. B. der Fall bei Tabak und Wein.) Als Monopol können wir einen solchen Tatbestand nach Casper[4]) und Egner[5]) allerdings erst dann bezeichnen, wenn der Monopolwille in Erscheinung tritt, d.h. wenn das Wirtschaftssubjekt seine Machtstellung bewusst auszunutzen sucht, sei es durch entsprechende Beeinflussung des Preises oder der Menge. Andernfalls haben wir es mit einer gewöhnlichen Seltenheitsposition zu tun. In ähnlichem Sinne liegt auch eine unzulässige Ausweitung des Monopolbegriffes vor, wenn gesagt wird, ein geographisches Gebiet besitze ein Monopol auf irgendwelche Waren oder eine Personengemeinschaft ein Monopol auf irgendwelche Leistungen dann, wenn die Preisbildung keineswegs durch den nach aussen einheitlichen Willen des Kollektivismus, sondern durch den Wettbewerb einer Vielheit von Wirtschaftssubjekten auf dem Markte zustande kommt.

Die Tatsache z. B., dass in gewissen Ländern Baumwolle, Kaffee, usf. angebaut werden kann, oder dass andere Länder über Kohle, Eisenerz, Kupfer usf. verfügen, bedingt an und für sich noch kein Monopol im strengen Sinne. Ein solches liegt

[2]) Mises, Die Gemeinwirtschaft, S. 382.
[3]) Amonn, Grundzüge der Volkswohlstandslehre, S. 139 f.
[4]) Casper, Theorie, S. 515.
[5]) Egner, Der Sinn des Monopols, S. 60.

nur vor, wenn die Erzeugung oder der Handel bei einer Person oder einer Personengruppe liegt, welche die Preise oder die verkauften Mengen bewusst beeinflussen kann.[6]) Dort, wo die Erzeugung sehr zersplittert ist — also insbesondere bei agrarischen Rohstoffen wie Baumwolle, Gummi usf. — ist eine Einschränkung der Erzeugung zwecks Preiserhöhung ohne staatliche Zwangsmassnahmen schwer durchzuführen. Ist die Erzeugung noch dazu innerhalb verschiedener Staatsgebiete möglich, so besteht die Gefahr, dass die hohen Preise in einem Lande andere Länder zur Ausdehnung ihrer Anbauflächen veranlassen. Ein klassisches Beispiel hiefür ist die Baumwollpolitik der amerikanischen Regierung während der Weltkrise. Wenn auch in solchen Fällen, wo nicht einmal eine Seltenheitsposition, geschweige denn ein echtes Monopol vorliegt, trotzdem gerne von einem „Rohstoffmonopol" gesprochen wird, so hängt dies u. a. auch damit zusammen, dass der Uebergang vom multilateralen zum bilateralen Tausch es heute manchen Ländern fast unmöglich macht, von ihren bisherigen Lieferanten Rohstoffe zu beziehen, weil es ihnen an Devisen zur Bezahlung mangelt. Auf diese Weise kann sich in einzelnen Ländern eine künstliche Knappheit gewisser Rohstoffe entwickeln, obwohl auf dem Weltmarkte ein reichliches Angebot besteht.

Echte Monopole an Rohstoffen oder zumindest monopolistische Gebilde nach Art der Kartelle kommen vor allem dann zustande, wenn eine weitgetriebene betriebliche Konzentration verhältnismässig wenig Unternehmungen bestehen liess; wenn diese leicht unter einen Hut zu bringen sind, oder wenn ein natürliches Monopol eines einzelnen Staatsgebietes besteht, welches ein zwangsweises Zusammenfassen der Erzeugung oder des Absatzes ermöglicht, ohne dass die Gefahr einer aktuellen oder latenten Konkurrenz besteht.

Soweit zwar kein eigentliches Monopol, aber eine durch natürliche oder künstliche Knappheit bedingte Vorzugsstellung auf dem Markte besteht, wird man zum Unterschied vom Monopol im strengeren Sinne besser mit Weiss[7]) den Ausdruck „Pseudomonopol" gebrauchen. Ein solches ist das oft als Bei-

[6]) Haberler, Der internationale Handel, S. 243.
[7]) Weiss, Handw. d. Staatsw.

spiel für die Monopolpolitik des merkantilistischen Zeitalters angeführte englische Schiffahrtsmonopol, das durch die Navigationsakte von Cromwell begründet wurde. Durch die Tatsache, dass aussereuropäische Waren nur von englischen Schiffen, und europäische Waren ausser von diesen nur durch Schiffe des Ursprungslandes eingeführt werden durften, wurde noch keineswegs die Konkurrenz zwischen den verschiedenen Reedereien beseitigt; aber die künstliche Verknappung des Angebots an Schiffraum verbesserte die Marktposition der englischen Handelsmarine. Aehnliches geschieht, wenn der Nachwuchs irgend eines Berufes künstlich knapp gehalten wird.

Endlich beruhen Monopole nicht nur auf rechtlichen oder natürlichen Grundlagen, sondern der freie Verkehr selbst erzeugt solche Gebilde.[8]) Ihr Entstehen verdanken sie den gesellschaftlichen Verhältnissen, auf Grund derer sie durch vertraglichen Zusammenschluss zustande kommen. In der heutigen Volkswirtschaft kommt ihnen wohl die grösste Bedeutung zu. Hervorgerufen wurden sie namentlich durch das Auftreten der Grossbetriebe, deren Bildung durch das Aktienwesens kräftig unterstützt wurde. Die Gründung grosser Unternehmungen ist meist mit grossen Kapitalinvestionen verbunden.[9]) Die Amortisation kann gewöhnlich nicht in allzu kurzer Zeit erfolgen, im Gegenteil, es ist eine längere Zeitspanne genügenden Gewinnes notwendig. Hier erwies sich nun die vorhandene Konkurrenz als ein gefährliches Störungsmoment, das nur zu oft den Erfolg in Frage stellte. Die Stärkern suchten die Schwächern zu verdrängen, und dieser Kampf führte nicht selten zu gewaltigen Verlusten aller daran Beteiligten. Nichts lag daher näher, als dass ein Zusammenschluss der verschiedenen Unternehmungen erfolgte, um auf diese Art die lästigen Konkurrenzkämpfe zu beseitigen und sich einen gewissen Ertrag zu sichern. Ein derartiger Zusammenschluss ergab sich vor allem bei sinkender Konjunktur zur Beherrschung derselben.[10]) Man war bestrebt, die ruinöse Konkurrenz zu bekämpfen, die ein Sinken der Preise mit sich brachte, was man aufzuhalten suchte, indem man sich über die Beschränkung der Produktion einigte. Dieser Zusam-

[8]) Amonn, Grundzüge der Volkswohlstandslehre, S. 140.
[9]) Egner, S. 70 f.
[10]) Philippovich, Grundriss der politischen Oekonomie, Bd. II, S. 198.

menschluss erfolgte also zuerst nur als Abwehrmittel gegen die durch sinkende Konjunktur verursachten Schäden. Da nun vielfach infolge dieser Organisation die Kosten herabgesetzt werden konnten, suchte man die günstige Stellung auf dem Markte auch in normalen Zeiten beizubehalten. Die günstige Konjunktur sollte voll ausgenutzt werden. Von grossem Vorteil zeigten sich Zusammenschlüsse dort, wo wegen des hohen Anteils der fixen Kosten ein gleichmässiger Beschäftigungsgrad aufrecht erhalten werden sollte. War einmal eine solche Organisationsform geschaffen, so zeigte sich für ein neues Unternehmen fast keine Aussicht auf Erfolg. Ferner musste mit einer Neugründung allenfalls mit einer Ueberproduktion gerechnet werden, wodurch sie sich selbst wirtschaftlich unmöglich gemacht hätte. Je grösser die Kapitalanlagen ausfallen, desto schwieriger wird es, ein Konkurrenzunternehmen zu bilden. Vielerorts müsste man bei einem Nebeneinander mehrerer grosser Unternehmungen für den gleichen Zweck direkt von Vergeudung sprechen.[11]) Solche Monopole sind oft nicht zuletzt auch technisch bedingt. Wieser erwähnt noch den Umstand, dass ein Monopol durch Zufall entstehen könne, indem für ein bestimmtes Gut keine Konkurrenz vorhanden sei. Besteht ein solches Gebilde wirklich nur durch Zufall, so wird, vorausgesetzt, dass es wirtschaftlich erfolgreich ist, seine Dauer meist nur eine beschränkte sein. Innert einer kürzern oder längern Zeitspanne werden sich Konkurrenten einstellen.

Viel wichtiger ist die Tatsache, dass sich auch auf dem Arbeitsmarkte Tendenzen zur Aufhebung der freien Konkurrenz finden. In verschiedenen Produktionszweigen erfolgte ein Zusammenschluss der Arbeiter, um auf diese Weise die Arbeitsbedingungen und den Lohn einheitlich zu regeln.[12]) Die Macht dieser Gebilde wird jedoch nie so gross sein wie bei andern Monopolarten. Denn es darf nicht übersehen werden, dass der Arbeiter meist nur über seine Arbeitskraft verfügt und daher ein dringenderes Austauschbedürfnis hat als der Unternehmer.[13]) Dieser ist selbstverständlich auch in die Zwangslage versetzt zu tauschen, denn er muss produzieren, wenn er leben will.

[11]) Zwiedineck, Volkswirtschaftslehre, S. 63.
[12]) Tismer, S. 31, 54.
[13]) Otte, S. 46, Ad. Weber, S. 317 ff.

Doch verfügt er noch über gewisse Vorräte, die es ihm ermöglichen, mit dem Tausche länger zuzuwarten als der Arbeiter.

§ 3. Die wichtigsten Arten des Monopols

Wir unterscheiden:

A. Nach den Ursachen der Entstehung

a) Natürliche Monopole.

Ihre Bildung wird bedingt durch natürliche, äussere Verhältnisse. Auf Grund des rechtlichen Besitzes kann die natürliche Knappheit ausgenützt werden. (Zum Beispiel Heilquellen usw.)

b) Rechtliche Monopole.

Sie werden durch das Recht geschaffen. Verleiht sich der Staat selbst das Monopol, so sprechen wir von einem Staatsmonopol. Hierbei können wir zwei Formen unterscheiden:

aa) Verwaltungsmonopole. Gewisse Tätigkeiten werden dem Staate vorbehalten, um auf diese Weise das Gesamtinteresse zu wahren. Ihr Betrieb erfolgt gewöhnlich nicht nach dem Prinzip des höchsten Geldertrages.

bb) Fiskalmonopole. Der Zweck dieser Gebilde liegt in der Schaffung von Einnahmequellen für den Staatsbetrieb.

Daneben besitzt der Staat natürlich die Möglichkeit der Verleihung an andere öffentlich-rechtliche Körperschaften oder auch private Erwerbswirtschaften. Als Beispiel erwähnen wir Patente, Konzessionen usw. Man spricht daher oft von verliehenen Monopolen.

c. Gesellschaftliche Monopole.

Diese ergeben sich aus den gesellschaftlichen Verhältnissen. Die Ausschaltung erfolgt hier nicht durch das Gesetz, sondern durch den Wirtschaftsverkehr selbst. Zwischen mehreren Unternehmungen kommt ein vertraglicher Zusammenschluss zustande. (Kartelle, Trusts usf.) Die Ursache kann aber auch darin liegen, dass für ein bestimmtes Gebiet nur eine grosse, umfassende Unternehmung möglich ist (Eisenbahn). Eine besondere Art dieser gesellschaftlichen Monopole sind die durch Zwiedineck[1]) so benannten Meinungsmonopole. Ihre Existenz verdanken sie der

[1]) Zwiedineck, Volkswirtschaftslehre, S. 63.

Reklame. Dadurch entsteht in der Meinung der Konsumenten eine Ueberlegenheit dieses Gutes über andere Güter. Es handelt sich um Markenartikel.

B. Nach den Marktparteien, Käufer- oder Verkäufermonopol

a) Das Angebotsmonopol.

Es bezieht sich auf die Beherrschung des Angebotes. Wir können unterscheiden:

aa) Das Produktionsmonopol. Einem Wirtschaftssubjekt ist die Möglichkeit der Erzeugung eines Gutes für das ganze Marktgebiet gegeben. (Verfügung über spezielle Produktionsmittel.)

bb) Das Markt- und Handelsmonopol besteht in der Verfügung eines Wirtschaftssubjektes über den gesamten Vorrat eines Gutes innerhalb des in Betracht kommenden Marktgebietes.

b) Das Nachfragemonopol.

Die Nachfrage wird beherrscht durch einen Käufer oder eine zusammengeschlossene Käufergruppe von Produzenten oder Konsumenten. Nach Wieser tritt es vorwiegend in Verbindung mit einem Angebotsmonopol auf. (Nachfrage nach gewissen Produktionsmitteln.)

c) Das beiderseitige Monopol.

Dem Angebotsmonopol steht ein Nachfragemonopol gegenüber. Diese sind hier ausschliesslich aufeinander angewiesen.

C. Nach den verschiedenen Begriffsbestimmungen

a) Das vollständige Monopol.

Angebot oder Nachfrage sind bei einem Tauschsubjekt vollständig, also zu hundert Prozent vereinigt. Liefmann[2]) nennt es das absolute Monopol. In Wirklichkeit ist das vollständige Monopol eine Seltenheit.

b) Das unvollständige Monopol. Angebot oder Nachfrage sind nicht vollständig, aber doch so bei einem Tauschsubjekt vereinigt, dass infolge einer willkürlichen Regelung des Angebots oder der Nachfrage der Preis merklich beeinflusst werden kann. Liefmann[3]) nennt es das relative Monopol. Es sind mehrere Anbieter bzw. Nachfragende vorhanden, aber wenigstens

[2]) Liefmann, Grundsätze, S. 80.

[3]) Liefmann, Theorie des Monopolpreises, S. 127.

ein Teil dieser ist gezwungen, sich im Tausche an ein bestimmtes Wirtschaftssubjekt zu wenden. Ein Spezialfall stellt das Qualitätsmonopol dar, weil bei freier Konkurrenz gewisse Anbieter bevorzugt werden. Casper[4]) möchte statt „unvollständig" lieber die Worte „absolut" und „relativ" gebraucht wissen. Den Ausdruck „vollständiges" Monopol möchte er für den Fall reservieren, dass nur ein einziger Anbieter die Macht hat, die Gesamtangebotsmenge und somit den Monopolpreis zu bestimmen... Das unvollständige Monopol ist dagegen eine Monopolstellung, die von mehreren, wenn auch in ihrer Wirkungsmacht eingeschränkten Unternehmern ausgeübt wird. Es ist nicht ein einziger Anbieter, sondern ein Kollektiv von Anbietern (Monopolinhabern) vorhanden, die den Monopolpreis und daraus folgend die Anteile für den einzelnen Teilnehmer am Monopolgewinn bestimmen.

Die von Casper vorgeschlagene Terminologie ermöglicht es, den prinzipiellen Gegensatz der Preisbildung von Trust und Kartell zu berücksichtigen. Der einheitlich geleitete Trust gestattet, um einen maximalen Gewinn zu erreichen, die Gesamtkosten mit dem Gesamterlös zu vergleichen. Beim Kartell dagegen liegt jedem Kartellteilhaber sein eigener Maximalgewinn am Herzen, der sich aus seinem Quotenerlös und seinen individuellen Kosten ergibt. Der Kartellpreis ist demnach nicht durch den für die Gesamtheit der Kartellteilhaber erzielbaren höchsten Gesamtgewinn bestimmt, sondern das Ergebnis einer innern Konkurrenz, wobei jeder, wenn einmal seine Quote gegeben ist, nach dem für seinen Betrieb günstigsten Preise strebt. Dieser ist naturgemäss nicht für alle Betriebe der gleiche und der Kartellpreis kommt schliesslich durch einen Kompromiss zustande, bei welchem die grösste Macht und Geschicklichkeit entscheidet. Die Preisbildung ist zwar monopolistisch in dem Sinne, dass das Kartell den Marktpreis beliebig festsetzen kann. Aber es gibt keinen eindeutig bestimmten optimalen Preis, obwohl zwar nach aussen eine einheitliche Willensbildung vorhanden ist, dieser aber keine einheitliche Interessenlage zugrunde liegt, welche einen objektiven Massstab für die Festsetzung des Preises liefern könnte.

---

[4]) Casper, Theorie, S. 529 f.

Casper bildet noch ein weiteres Begriffspaar, nämlich das „unbegrenzte" und das „begrenzte" Monopol. Das erste führt zum statischen Maximalgewinnpreis. Dies ist aber in Wirklichkeit nur ein theoretischer Grenzfall. In der Dynamik ist derjenige Preis der günstigste, der auf die Dauer den höchsten Monopolgewinn bringt. Im Gegensatz zum statischen Optimalpreis ist der dynamische Optimalpreis höchst unbestimmt, weil es an objektiven Bestimmungsgründen fehlt und seine Festsetzung mehr oder weniger auf Grund von irgendwelchen Konjunkturen über mögliche zukünftige Entwicklungen erfolgt, deren Richtigkeit sich der Nachprüfung entziehen. Es lässt sich nur sagen, dass ein zukünftiger Konkurrenz vorbeugender Monopolpreis meist unter dem statischen Optimalpreis liegen wird.

Hie und da wird als vollständiges Monopol auch ein Monopol bezeichnet, welches das Angebot sämtlicher Waren umfasst. Bei diesem ist also jeder Wettbewerb zwischen den monopolisierten Waren selbst ausgeschlossen. Somit wird der Verbraucher vom Monopolisten völlig abhängig. Für die Zusammenfassung des gesamten Angebots aller Waren in einer einzigen Hand werden wir vielleicht am besten die Bezeichnung „allumfassendes Monopol" wählen. Dieses wäre wiederum gegen das allseitige Monopol abzugrenzen, das einen Markt bezeichnet, auf dem zwar jeweils alle Waren monopolisiert sind, aber die einzelnen Monopole in verschiedenen Händen liegen.

D. Nach dem Gegenstand

a) Monopole an Sachgütern.

b) Monopole an Nutzleistungen von Gütern. (Verkehrsanstalten.)

c) Monopole an Arbeitsleistungen. (Meist infolge Zusammenschlusses, weniger durch persönliche Befähigung.)

d) Das Monopol der Ausgabe von Tauschmitteln. (Banknoten, Geld.) [5])

E. Nach der Ausdehnung des Territoriums

a) Oertliche Monopole. Nur innerhalb eines bestimmten Gebietes.

[5]) Weiss, Handw. d. Staatsw., S. 618—620.

b) Landesmonopole. (Staatsmonopole.)

c) Weltmonopole.

Beim Stande der heutigen Verkehrsentwicklung finden wir meist Landesmonopole. Weltmonopole können sich nur bei ganz besondern Produktionsmitteln halten. [6])

F. Nach der Dauer

Egner [7]) teilt die Monopole ein in temporäre und dauernde.

a) Temporäre oder vorübergehende Monopole.

Durch eine Aenderung der Daten, Bedürfnisverschiebungen, Aenderungen im Angebot der Produktionsfaktoren, aus Zufällen, Irrtümern usw., entstehen Abweichungen vom statischen Gleichgewichtspreis, dem Kostenpreis. Durch diese Abweichungen entsteht ein positiver oder ein negativer Gewinn. Es wird sich jedoch bald wieder ein neues, den Datenänderungen angepasstes Gleichgewicht bilden. Das vorübergehende Monopol verschwindet, und zwar durch das Aufkommen von Konkurrenz. Diese bildet demnach das Gegenstück zum Monopol, beide zusammen erscheinen als Korrelate. Konkurrenz erscheint erst, wenn das Gleichgewicht der Statik durch die Dynamik gestört wird. „Die Konkurrenz wird nur ersichtlich durch eine beschränkte Konkurrenz" (Egner). Die Verbreitung des temporären Monopols wird hauptsächlich gefördert durch die wirtschaftliche Entwicklung. Ein solches bildet sich beispielsweise, wenn es dem Unternehmer gelingt, „neue Kombinationen der Produktionsfaktoren" [8]) durchzuführen. Auf diese Weise kann entweder etwas ganz Neues entstehen, respektive hergestellt werden, oder es kann zur Kostensenkung führen. Ausserdem besteht noch eine dritte Möglichkeit, nämlich die Herstellung eines qualitativ bessern Produktes bei gleichbleibenden Kosten. Dadurch erhält der Unternehmer gegenüber der alten Marktlage eine Vorzugsstellung, er besitzt ein Verkäufermonopol. Auf dieser Tatsache beruht für ihn der momentane Mehrgewinn. Seine Monopolstellung ist aber nur vorübergehend, da nun durch diesen Mehrgewinn die Konkurrenz angelockt wird, die sich der neuen Marktlage anzupassen sucht. Dem Unternehmer kommt

[6]) Weiss, S. 619.

[7]) Egner, Der Sinn des Monopols, S. 48.

[8]) Schumpeter, Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung, S. 100.

nur solange eine Monopolstellung zu, als er allein diese neuen Kombinationen ausführen kann. Egner tritt mit seiner Auffassung in Gegensatz zur üblichen Bezeichnung derartiger Tatbestände in der Nationalökonomie. Was er unter dem Begriff des temporären Monopols zu erfassen sucht, wurde bis dahin allgemein unter dem Begriff des Unternehmergewinnes oder Konjunkturgewinnes zusammengefasst. Egners Terminologie scheint aus diesem Grunde nicht sehr zweckmässig zu sein.

b) Dauernde Monopole.

Ein dauerndes Monopol entsteht durch die Eigenart der Produktionstechnik. Die wirtschaftliche Entwicklung bedingt eine Vermehrung der Maschinerie und eine Vervollkommnung derselben. Dieses bedeutet sozialwirtschaftlich Kapital, das nur allmählich umgeschlagen werden kann. Die bessere Technik erwirkt, infolge der bessern Ausnützung der Produktionsfaktoren, eine Senkung der Produktionskosten. Die bisherige Produktion erleidet durch die neue einen Verlust. Um weiterhin absatzfähig bleiben zu können, muss daher die bisherige den Preis entsprechend den billigeren Produktionskosten der neuen Produktion herabsetzen. Einerlei, ob sie dies durchführt oder nicht, erleidet sie einen Verlust. Dies könnte nur dadurch vermieden werden, dass man mit der Einführung der neuen Technik zuwarten würde, bis die alten Anlagen amortisiert wären. Dadurch würde der Unternehmer einem Verlust entgehen, dafür aber die Gesamtheit einen solchen erleiden, indem die Möglichkeiten der wirtschaftlichen Entwicklung nicht ausgenützt werden. Der Unterschied zwischen diesen beiden Monopolarten besteht demnach darin, dass beim dauernden Monopol eine Konkurrenz, die wieder zum Gleichgewichtskostenpreis zurückführt, nicht wirken kann, infolge des grossen notwendigen Anlagekapitals und des zu grossen Risikos. Aus diesem Grunde erfolgt ein Zusammenschluss der Unternehmer, um sich einigermassen gegen eine solche Umstellung zu schützen, d. h. durch die Monopolstellung soll ein sicherer Gewinn erzielt werden, der es ermöglicht, im gegebenen Moment eine sofortige Umstellung vornehmen zu können. Es erfolgt demnach eine Akkumulation und dies ist für Egner der Beweis, dass der Monopolist den Monopolgewinn nicht konsumieren darf, falls er sich nicht

in die Gefahr begeben will, seine Monopolstellung zu verlieren.

Es handelt sich beim dauernden Monopol also um nichts anderes, als um den Zusammenschluss mehrerer Unternehmungen, um sich gegen die Konkurrenz zu schützen, wie wir sie unter den gesellschaftlichen Monopolen vorfinden. Der Ausdruck „dauernd" scheint uns etwas unglücklich gewählt zu sein, da es sich um einen sehr relativen Begriff handelt.

G. Nach der Wirtschaftsgesinnung des Monopolisten

Casper[9]) unterscheidet hier drei verschiedene Arten.

a) Reines Gewinnmonopol.

Das Streben des Monopolisten richtet sich nach dem grösstmöglichen Gewinn.

b) Bedarfsdeckungsmonopol.

Das Streben des Monopolisten geht nicht nach dem grösstmöglichen Gewinn, sondern nach dem grösstmöglichen, maximalen Absatz.

c) Gemischtes Monopol.

Bei dieser Form finden wir beide oben genannten Motive vereinigt. Es ist eine Vermischung gewinnmonopolistischer Ausnutzung und bedarfsdeckungsmonopolistischer Nachfrageerweiterung.

H. Private und kollektive Monopole

Mit der Gegenüberstellung dieser beiden Monopolarten verbindet Barone[10]) eine Untersuchung über ihre Zweckmässigkeit. Als Kollektivmonopole bezeichnet er die Staats- oder Gemeindemonopole. Diese sollen das Gesamtinteresse wahrnehmen, was zur Folge hat, dass sie häufig zu Selbstkosten verkaufen. Aus diesem Grunde wird oft der Ersatz der Privatmonopole durch Kollektivmonopole verlangt. Beim Betrachten der beiden Gebilde zeigen sich auf beiden Seiten Vor- und Nachteile und nach einem sorgfältigen Abwägen ergibt sich für den einzelnen Fall dessen Zweckmässigkeit.

Allgemein lässt sich feststellen, dass die schwerfälligeren

[9]) Casper, Zeitschrift für Nationalökonomie, Bd. VII, Heft 2.
[10]) Barone, Grundzüge, S. 181.

Kollektivmonopole vielfach mit höhern Produktionskosten zu rechnen haben, als die Privatmonopole. Das Kollektivmonopol verkauft jedoch meist zu den Selbstkosten, nach dem Bedarfsdeckungsprinzip, während der private Monopolist das Gut zum Monopolpreis abzusetzen sucht, d. h. zu jenem Preis, der ihm den grössten Gewinn bringt. Der Verkaufspreis beim Privatmonopol steht in der Regel über demjenigen des Kollektivmonopols, so dass das letztere für den Konsumenten unbedingt von Vorteil wäre. Barone hebt nun hervor, dass der soziale Gesichtspunkt nicht einseitig betrachtet werden dürfe, dass somit auch die Produzenten mitzuberücksichtigen seien. Verlieren die Produzenten bei einer Umwandlung eines privaten Monopols in ein kollektives Monopol mehr als die Konsumenten gewinnen, so liegt darin absolut kein Vorteil, da auf diese Weise Reichtumsvernichtung stattfindet. Unter Reichtumsvernichtung versteht Barone [11]) eine Mehrproduktion von Gütern, die ohne Steigerung des Produktionsaufwandes hätte ausgeführt werden können, aber unterbleibt, weil die verwandten Produktionsfaktoren in einer weniger geeigneten, weniger ökonomischen Weise angesetzt werden.

Damit die Umwandlung sozialen Nutzen bringt, müssen zwei Voraussetzungen gegeben sein.

1. Durch die Preissenkung muss der Absatz zunehmen und

2. Die private Produktion muss dem Monopolisten einen grossen Gewinn bringen.

Barone [12]) setzt dann dieses Problem in einer graphischen Darstellung weiter auseinander. Er kommt zum Schluss, der wirtschaftliche Sinn einer Umwandlung liege darin, dass die Ersetzung um so nützlicher sei, je mehr es sich um Güter handle, deren Nachfrage nicht schnell einem Sättigungspunkt zustrebe, und je grösser der Gewinn des Monopolisten ausfalle. Es wäre nicht tunlich, für dieses Problem allgemeine Regeln aufzustellen, da jeder konkrete Fall verschieden ist. Es ist nur noch beizufügen, dass der Kostenzuwachs bei einem Kollektivmonopol keinesfalls so gross sein darf, dass kein Preisunterschied mehr besteht gegenüber dem Privatmonopol.

---

[11]) Barone, Grundzüge, S. 34, Anmerkg. 1.

[12]) Barone, S. 183.

I. Das Quasi-Monopol

Als Quasi-Monopol bezeichnet Weiss[13]) eine Mittelstellung zwischen Monopol und Wettbewerb. Voraussetzung hiefür ist eine geringe Anzahl von Konkurrenten für ein bestimmtes Gut. Diese dehnen, ohne eine Vereinbarung getroffen zu haben, zur Hochhaltung der Preise ihr Angebot nicht bis zur äussersten Rentabilitätsgrenze aus. Jeder setzt dabei von den übrigen Unternehmern das gleiche Verhalten voraus. Diese Quasi-Monopole haben gewöhnlich keine lange Lebensdauer. Sie führen meist durch Vereinigung zu einem wirklichen Monopol, oder das Einsetzen der Konkurrenz führt zu einer Verdrängung der Schwächern.

K. Das Monopoloid

Wir finden drei verschiedene Auffassungen.

Wieser[14]) versteht unter Monopoloid die unvollkommenen Monopole, bei denen das Angebot oder die Nachfrage nicht vollständig bei einem Wirtschaftssubjekt vereinigt ist. Damit umschreibt er die Zwischenformen zwischen dem vollständigen Monopol und der freien Konkurrenz.

Mayer[15]) spricht von Monopoloid in jenen Fällen, wo zwar ein vollständiges Monopol besteht, der Monopolist aber seine Macht um den grösst-möglichen Gewinn zu erzielen nicht benutzt, sei es, dass er freiwillig darauf verzichtet, oder sich Hindernisse gesellschaftlicher oder rechtlicher Natur ergeben.

In einem noch andern Sinne finden wir diesen Begriff bei Casper[16]). Monopoloid nennt er ein solches Monopol, bei dem, trotz ausschliesslicher Marktbeherrschung, nicht grösster Gewinn, sondern vollkommene Befriedigung des Bedarfs der Abnehmer angestrebt wird. Es handelt sich demnach um einen freiwilligen Verzicht auf die grösstmöglichste Gewinnerzielung. Diese Monopolart wäre noch besser als Bedarfdeckungsmonopol zu bezeichnen. Diese Idee des maximalen Absatzes finden wir bei verschiedenen Verwaltungsmonopolen.

---

[13]) Weiss, Handw. d. Staatsw.
[14]) Wieser, Theorie der gesellschaftlichen Wirtschaft, S. 42.
[15]) Mayer, Handw. d. Staatsw., Art. Preisbildung.
[16]) Casper, Zeitschrift für Nationalökonomie, Bd. VII, Heft 2.

L. Die Pseudo-Monopole

Das Monopol sichert seinem Inhaber eine gewisse Machtstellung auf dem Markte. Das ist aber kein Grund, um nun jede Machtstellung als Monopol zu bezeichnen, wie dies unzweckmässigerweise etwa geschieht. Vielfach beruhen diese Machtstellungen nur auf beschränktem Wettbewerb oder dem Besitz an unvermehrbaren Gütern. Für diese Arten wurde von Weiss[17]) der Ausdruck Pseudo-Monopole geprägt.

M. Ursprüngliche und abgeleitete Monopole

Von einem ersten ursprünglichen Monopol erfolgt die Ableitung eines andern Monopols. Dies dürfte namentlich der Fall sein bei Rohstoffmonopolen, wo der Inhaber die Möglichkeit besitzt, seine Monopolstellung auf die nächste Erzeugungsstufe auszudehnen.[18])

N. Nach der Art der Produkte

Eine derartige Unterscheidung finden wir bei Casper.[19])

a) Das Monopol am Endprodukt. (Konsumware.)

b) Das Monopol am Vorprodukt. (Produktionsmittel.)

Sehr umstritten ist diese letztere Art des Monopols. Egner[20]) erklärt, Monopole an Produktionsfaktoren können nur durch eine Ueberlagerung der Monopolwirkung zustande kommen. Es wird also schon das Vorhandensein eines Monopols am Produkt vorausgesetzt, wonach das Produktionsmittelmonopol als ein abgeleitetes Monopol auftritt. Die Untersuchung der Frage, inwieweit schon der Besitz von Produktionsmitteln an sich ein Monopol darstellt, würde im Rahmen dieser Arbeit zu weit führen, da wir ja von der gegebenen Verteilung ausgehen. (Vgl. § 1.) Sicher ist, dass wir in gewissen Fällen von einem Produktionsmittelmonopol sprechen können.

---

[17]) Weiss, Handw. d. Staatsw.

[18]) Caspar, Das Monopol im Stufenbau, S. 520.

[19]) Casper, Jahrbuch für Statistik und Nationalökonomie, Bd. 143.

[20]) Egner, Der Sinn des Monopols, S. 55.

§ 4. Die Wirkungen des Monopols.

Untersuchen wir die Frage nach den Folgen, die ein Monopol für die Volkswirtschaft nach sich zieht, so begegnen wir den widersprechendsten Urteilen. Im Gegensatz zu den Merkantilisten sahen die Physiokraten und die klassische Schule im allgemeinen das Monopol als ein Hemmnis des Fortschrittes an. Meist galt es als gesellschaftsfeindlich, da durch die Einschränkung der Produktion eine Preissteigerung erzielt wurde, was als Ausbeutung der Konsumenten betrachtet werden musste. Adam Smith [1]) der bedeutendste Vertreter der klassischen Schule, charakterisiert das Monopol wie folgt: „Monopole halten den Markt beständig knapp, so dass die wirksame Nachfrage nie völlig befriedigt werden kann. Dadurch verkaufen sie ihre Waren weit über den natürlichen Preis und treiben so ihren Nutzen, mag dieser nun in Arbeitslohn oder Kapitalgewinn bestehen, weit über den natürlichen Satz hinaus." Diese wirtschaftlichen Vormachtstellungen sind es, die die freie und natürliche Entfaltung der Wirtschaft behindern. Smith denkt, wenn er von Monopol spricht, ausschliesslich an rechtliche Monopole. Als Hauptbeispiel dienen ihm die Zünfte. Sein Ideal ist die freie Konkurrenz. Dabei ist nun zu berücksichtigen, dass in der damaligen Zeit noch die Klein- und Mittelbetriebe vorherrschten. Demnach bestand noch keine grosse Verschiedenheit in der wirtschaftlichen Lage der Tauschenden und daraus erklärt sich die für die damalige Zeit völlig richtige Beurteilung der Sachlage.

Vielfach finden wir heute noch eine einseitige gute oder schlechte Beurteilung der Monopolwirkungen. Philippovich [2]) schreibt dem Monopol nur schlechte Folgen zu. Durch dieses geraten die Konsumenten bei der Preisbildung in Nachteil. Auch bedeutet es keinen Vorteil für die gesamte Volkswirtschaft, da die ganze Produktionsentwicklung in die Hände weniger Personen gelegt wird, was einer Einschränkung des selbständigen Unternehmertums gleichkommt. Die dem Monopolisten zukommende Machtstellung sichert ihm einen wachsenden Gewinn, der

---

[1]) Adam Smith, Untersuchung über das Wesen und die Ursachen des Volkswohlstandes, Bd. I, S. 85.

[2]) Philippovich, Bd. II, S. 206.

infolge des Konkurrenzausfalles mehr den Charakter einer Rente, statt einer Vergütung für das Risiko erhält. Nach Lefargue[3]) führt die Monopolisierung zu einer neuen Krise. Der Grund dazu ist seines Erachtens im Rentabilitätsprinzip begründet. Die Störungen des Gleichgewichts erklärt er als Hemmungen der natürlichen Verteilung des Arbeitsertrages. Ebenso beschuldigt Conrad[4]) die Renten und somit auch den Monopolgewinn als Erzeuger der Arbeitslosigkeit.

Sehen wir, wie sich Wieser[5]) über die Folgen des Monopols äussert. Durch die Monopolstellung erhalten die Inhaber einen ungleich stärkern Einfluss auf die Preisbildung, als dies bei Wettbewerb der Fall sein würde. Es liegt danach in der Macht des Monopolisten, den Preis so zu gestalten, dass er den grössten Vorteil daraus zieht, unbekümmert darum, ob die Nachfrage oder das Angebot dabei besser oder schlechter fährt. Eine ähnliche Darstellung finden wir ferner bei Liefmann,[6]) namentlich, was die Wirkungen auf die Preise und das Einkommen anbetrifft. Der Monopolist ist in der Lage, die Preise beliebig festzusetzen, wird dabei jedoch geleitet von dem Streben nach dem höchsten Geldertrag.

Wolfers[7]) beschäftigt sich namentlich mit den Nachteilen der gesellschaftlichen Monopole, die er darin erblickt, dass eine grössere Stillegung der Produktionsanlagen erfolgt als bei Konkurrenz. Dabei würde oft an Stelle der völligen Stillegung der relativ unproduktivsten Betriebe auch eine solche der Besten bis zu einem bestimmten Bruchteile treten und statt Schleuderpreisen hätten wir dann Unterbeschäftigung der produktivsten Anlagen. In der Preiserhöhung durch Monopole sieht er eine Hemmung der Rationalisierung. Nach Böhm[8]) bringt uns das Monopol einen schlechtern gesamtökonomischen Effekt als die Konkurrenz. Es fehlt der Antrieb der prompten Anpassung. Dispositionsfehler des Monopolisten müssen von der Allgemein-

---

[3]) Lefrague, Les Trusts Americains, S. 104, entnommen bei Dobretsberger.

[4]) Conrad, Lohn und Rente, S. 108.

[5]) Wieser, S. 276.

[6]) Liefmann, Theorie des Monopolpreises, S. 128.

[7]) Wolfers, Das Kartellproblem, S. 31.

[8]) Böhm, Wettbewerb und Monopolkampf, S. 78.

heit getragen werden. Weiss[9]) sieht als Folge des Monopols eine Minderung des Sozialprodukts und Tismer[10]) weist darauf hin, dass durch Monopole die optimale Bedürfnisbefriedigung gestört werde.

Anderer Meinung ist Egner[11]). Nach seiner Ansicht steht das Monopol angesichts der latenten Konkurrenz unter dem Zwange weitgehender Rationalisierung. Der Gewinn, der vom Monopolisten erzielt wird, darf von diesem nicht konsumiert werden, sondern muss der wirtschaftlichen Entwicklung zugeführt werden, will der Monopolinhaber seine Vorzugsstellung nicht gefährden. Betrachtet man nun den Fluss der wirtschaftlichen Entwicklung, so zeigt sich, dass „auf die Dauer gesehen," die Einkommensverkürzung beim Konsumenten der ganzen Sozialwirtschaft zugute kommt. Es wird eine Senkung der Preise für alle Konsumenten erzielt. Die Einkommensbeschneidung der Konsumenten bedeutet nur ein Opfer, das um der Beschleunigung der wirtschaftlichen Entwicklung willen der Zukunft gebracht wurde. Auf diese Weise werden die Umstellungsverluste vermieden und durch die Akkumulation wird die Durchsetzung neuer technischer Möglichkeiten gegeben, was dann später zu einer Preissenkung führt. Ebenfalls überzeugt von den günstigen Folgen des Monopols ist Ettinger[12]) „Nur bei einheitlicher Produktion, welcher ein einheitlicher Absatz entspricht, kann vom Gesichtspunkte der Grossindustrie der paradoxe Zustand der Arbeitslosigkeit gepaart mit dem Gütermangel für breite Bevölkerungsschichten gründlich beseitigt werden." Namentlich die gesellschaftlichen Monopole würden danach als Mittel zur Ausgleichung der Gegensätze dienen.

Daneben hebt eine Reihe von Nationalökonomen hervor, eine Beurteilung der Wirkungen sei vor allem abhängig von der jeweiligen Konjunkturlage und könne einzig und allein von diesem Gesichtspunkte aus erfolgen. Stark tritt dies beispiels-

---

[9]) Handw. d. Staatsw., Art. „Monopol". Caspar, Zeitschrift für Nat.-Oek., Bd. VI, gelangt dagegen zur Feststellung, dass das Sozialprodukt mengenmässig gleich bleibe und lediglich eine Verschiebung in der Verteilung stattfinde.

[10]) Tismer, S. 153.

[11]) Egner, S. 78 ff.

[12]) Ettinger, Regelung des Wettbewerbs I, S. 166.

weise hervor bei den gesellschaftlichen Monopolen, die sich in Zeiten sinkender Konjunktur oft als sehr preisbeständig erweisen.[13])

Wie wir sehen, gehen die Wirkungen des Monopols ausschliesslich aus von der Preisgestaltung der Güter. Das bessere Verständnis dieser Folgen setzt daher die Kenntnis der Grundsätze der Monopolpreisbildung voraus, weshalb wir nach deren Behandlung noch einmal auf die Beurteilung der Monopolwirkungen zurückkommen werden.

§ 5. Das Monopol und die Gleichgewichtsvorstellung

Die vielen verwickelten Bewegungen einer Sozialwirtschaft lassen sich nach Egner[1]) nur verstehen, wenn wir von der Annahme ausgehen, dass sie alle immer wieder die Tendenz aufweisen, zu einem Ruhestand, einem Gleichgewicht des Ganzen zurückzukehren. Schon bei den Klassikern stossen wir auf derartige Vorstellungen. Sie fassen das Gleichgewicht auf, als das Zustandekommen des Gleichgewichtspreises oder Kostenpreises. Trotz der ständig sich bewegenden Marktpreise setzt sich auf die Dauer ein solcher natürlicher Preis fest. Das eigentliche Wesen des Gleichgewichts wurde bei ihnen jedoch verdeckt durch das Kostenprinzip. Unter dem Gleichgewichtszustand versteht man allgemein jenen Zustand der Volkswirtschaft, bei dem sich die Bewegung ständig in denselben Grössenverhältnissen abspielt. Dieser Ruhezustand bedeutet also nicht Stillstand, da sich unter den gleichen Grössenverhältnissen die Bewegung fortlaufend wiederholt. In Wirklichkeit können wir nie einen derartigen Zustand feststellen. Ersichtlich ist stets nur ein Streben danach, das immer wieder gestört wird, bevor das Ziel erreicht wird. Diese Störungen werden hervorgerufen durch die wirtschaftliche Entwicklung im allgemeinen. Die Ursache bilden neue Produktionsbedingungen, was eine Veränderung der Produktion selbst nach sich zieht und sich im Angebot zu äussern pflegt. Schliesslich ändern sich auch die Bedürfnisse und damit die Nachfrage, wie ferner ebenfalls eine Wandlung durch Ausdehnung des Absatzes und des Produktionsgebietes

[13]) Dobretsberger, Wandlungen der Monopoltheorie, S. 3. Lederer, Monopol und Konjunktur, S. 13 ff.

[1]) Egner, S. 29 ff.

eintreten kann. Alle diese Möglichkeiten führen zu einer beständigen Veränderung der Bewegungen in der Volkswirtschaft. Könnte einmal ein solcher Gleichgewichtszustand erreicht werden, so würde das einzelne Wirtschaftssubjekt jeden Einfluss auf die bestehenden wirtschaftlichen Verhältnisse verlieren. Dadurch würde sich ein bestimmtes Preissystem ergeben. Und hier spielt nun der von den Klassikern erwähnte Kostenpreis eine bedeutende Rolle. Der Preis der Produkte müsste in diesem Zustand mit dem Preis der dafür verwendeten Produktionsmittel übereinstimmen. Es gäbe keine Gewinne mehr, mit Ausnahme der Monopolgewinne, die ihr Maximum erreichen würden, da wir es mit gegebenen Grössen zu tun hätten. Wie schon erwähnt, ergibt sich aber durch die Einflüsse der Aussenwelt eine Bewegung des Preises um diesen natürlichen Preis herum. Dieser Marktpreis stellt jedoch nur eine vorübergehende Abweichung vom Gleichgewichtspreis dar, während der Monopolpreis auch im Gleichgewichtszustand nicht mit den Kosten übereinstimmt. Neben der oben erwähnten Gleichgewichtsidee, beschreibt Egner noch eine andere, die er die moderne Gleichgewichtsidee nennt, und deren Ausgangspunkt die Grenznutzenschule bildet. Man geht aus vom subjektiven Nutzen, den ein Gut für einen Konsumenten besitzt. Massgebend dabei ist der Nutzen, den die letzte Einheit aus dem verfügbaren Vorrate des Gutes dem Konsumenten bringt. Grenznutzen bedeutet demnach nichts anderes, als den geringsten Nutzen, den eine Teilquantität eines Gutes aus dem gegebenen Gesamtvorrate stiftet. Das Gleichgewicht wird hier bestimmt durch die Bedürfnisgestaltung des Konsumenten. Unter der Voraussetzung, dass die individuellen Grenzwertschätzungen der letzten Konsumenten den Preisen entsprechen, kann das Monopol in das Gleichgewicht mit einbezogen werden. Innerhalb ihres Einkommens ist durch die Wirtschaftssubjekte der jeweilige Grenznutzen der verschiedenen Güter für ihre Wirtschaft festzulegen. Nun ist die Möglichkeit gegeben, sowohl Konkurrenzpreise, wie auch Monopolpreise im Gleichgewichtszustand zu erfassen. Diese Feststellungen sind an sich ganz richtig. Es fragt sich nur, ob es zweckmässig ist und allen Umständen Genüge getan wird, wenn man einseitig von der subjektiven Wertschätzung der Güter durch die Käufer ausgeht. Bei Wettbewerb ist das Gleichgewicht doch erreicht,

wenn die Preise mit den Produktionskosten übereinstimmen. Wir können kaum annehmen, dass weiterhin produziert wird, wenn nicht einmal die Produktionskosten gedeckt werden. Wir werden daher bei der Behandlung des Monopolproblems sowohl die Produktionskosten, wie auch die Wertschätzungen der Käufer zu berücksichtigen haben.

§ 6. Oppenheimer's Monopollehre

Nach Oppenheimers Zweiteilung der Oekonomie in eine reine und eine politische Oekonomie, unterscheidet er zwei grosse Monopolgruppen: Die Personalmonopole und die Klassenmonopole.

Die Personalmonopole treten in der reinen Oekonomie, die Klassenmonopole in der politischen Oekonomie auf. Dieses letztere ist das Monopol, das dem Besitzenden gegenüber dem Besitzlosen zukommt. Sowohl die Klasse der Besitzenden als Ganzes, wie jeder Einzelne erhält auf Grund dieses Zustandes einen Monopolgewinn. Zwischen den beiden Klassen besteht ein Klassenmonopolverhältnis. [1])

I. Die Personalmonopole der reinen Oekonomie

Unter reiner Oekonomie versteht Oppenheimer „das Gedankenbild des rein gedachten ökonomischen Mittels in seiner Entfaltung. Das ökonomische Mittel kennt nur zwei Arten der Beschaffung der Werte, die Arbeit und den Tausch." Unter Beschaffung versteht er diejenige Tätigkeit, „durch die eine ökonomische Person darnach strebt, mit dem möglichst geringen Kostenaufwande ökonomische Verwendungswerte für ihre Personalökonomie zu beschaffen." [2]) Den Monopolgewinn bezeichnet er, „als Einkommensteil, einen Zuwachs zum normalen Arbeitsgewinn, der sich aus dem Gewinn am Preise der Produkte ergibt." [3]) Die Personalmonopole zerfallen ihrerseits in Tausch- und Produktionsmonopole.

A. Die Tauschmonopole.

Diese Monopolart erlaubt seinem Inhaber beim Tausche einen

[1]) Oppenheimer, Theorie der reinen und politischen Oekonomie, S. 237.
[2]) Oppenheimer, S. 198.
[3]) Oppenheimer, S. 237.

höhern als den normalen Profitaufschlag zu erzielen, so dass sein Tauschpartner einen über den natürlichen Preis hinausgehenden zu bezahlen hat. Der Gewinn ergibt sich aus den Tauschbedingungen, die ihre Ursachen in einem dringlichen Austauschbedürfnis haben. Diese Tauschmonopole scheidet er in Dienst- und Gutsmonopole.

B. Die Produktionsmonopole.

Während sich beim Tauschmonopol ein Monopolgewinn durch einen Aufschlag auf den natürlichen Preis bildet, entsteht er beim Produktionsmonopol am natürlichen Preis, und zwar aus dem Umstand der verschiedenen Produktionskosten. Ein Produzent besitzt gegenüber seinen Konkurrenten einen Produktionsvorteil, der es ihm ermöglicht, trotz des statischen Preises einen Gewinn zu erzielen. Wir können hier, je nachdem, woraus sich die Ersparnis an Unkosten ergibt, drei Gruppen unterscheiden.

1. Ersparnis an den Generalunkosten = Umsatzmonopol.
2. Ersparnis an den Spezialunkosten = Erzeugungsmonopol.
3. Ersparnis an den Transportkosten = Transportmonopol.

Daraus ist ein gewisser Widerspruch gegen die Monopoldefinition ersichtlich. Trotzdem in unsern Augen hier Konkurrenz besteht, da sich ein jeder beteiligen darf, spricht Oppenheimer von einem Monopol. Es ist sonst allgemein üblich, die Gewinne, die aus diesen Ursachen herrühren, als Differentialgewinne und nicht als Monopolgewinne zu bezeichnen.

C. Die Bedeutung der Personalmonopole.

Oppenheimer misst diesen Monopolen der reinen Oekonomie nur eine geringe Bedeutung zu. Ausser dem Gutsmonopol sind sie nicht in der Lage, grösseren Schaden zu stiften, d. h. Schaden, der grössere Gruppen trifft, und zwar für längere Zeit. [4]) Dies bedeutet aber nicht, dass einzelne Personen durch jene Monopole keinen Schaden erleiden könnten. Ihre Schädlichkeit steht in keinem Verhältnis zu derjenigen der Klassenmonopole, wo die Möglichkeit besteht, auf notwendigen Verbrauchsgütern der grossen Masse für längere Dauer Monopolpreise zu erpressen, Preise, die über den natürlichen Preis hinausgehen.

[4]) Oppenheimer, S. 247.

II. Die Klassenmonopole der politischen Oekonomie

Die Werte können auch in der politischen Oekonomie nur durch Arbeit hergestellt werden. An Stelle des ökonomischen Mittels, d. h. der Beschaffung durch eigene Arbeit oder äquivalenten Tausch, tritt hier häufig das politische Mittel, die sogenannte unentgoltene Aneignung.[5]) Diese Klassenmonopole bilden zwei Gruppen.

A. Die öffentlich-rechtlichen Monopole der Staatsverwaltung.

B. Die privat-rechtlichen Monopole des politischen Eigentums.

A. Das öffentlich-rechtliche Klassenmonopol der Staatsverwaltung

Oppenheimer sieht noch heute im Staat grösstenteils nur eine ökonomische Kollektivperson der obern Klassen, zu unentgoltener Beschaffung von Teilen des Arbeitsertrages der untern Klassen. In folgenden Formen kommt dies nach seiner Ueberzeugung zum Ausdruck:

1. In der Verwaltungsorganisation. Das vorbürgerliche Staatsrecht gewährte der herrschenden Klasse das Privileg der Staatsverwaltung. Dieses Vorrecht wurde einseitig zugunsten der Klasseninteressen ausgenutzt. Zur Zeit der Sklavenherrschaft und der feudalen Wirtschaft geschah die Aneignung kraft des öffentlichen Rechtes. Der Sklave war Eigentum des Herrn und damit natürlich auch seine Arbeitskraft und der daraus stammende Arbeitsertrag.

2. In der Gesetzgebung. Durch diese war es der herrschenden Klasse möglich, sich selbst das Recht der Steuerfreiheit zu geben.

3. In der Aussenpolitik. Die Klassenpolitik führte zu Kolonialerwerbungen. Während nun die Lasten durch die Allgemeinheit getragen wurden, wurden die Vorteile einseitig von der herrschenden Klasse in Anspruch genommen. (Neues Grundeigentum, neue Märkte und Plantagen.)

4. In der innern Politik.

a) Zur eigenen Bereicherung schliesst die herrschende Klasse Zoll- und Handelsverträge zulasten der Masse ab.

b) In der Finanzpolitik werden Anleihen für die Zwecke

---

[5]) Oppenheimer, S. 248.

der Herrenklasse aufgenommen, deren Verzinsung der Allgemeinheit auferlegt wird.

c) Durch die Steuerpolitik wird eine Abwälzung auf die untern Klassen vorgenommen.

d) Die Klassenjustiz erfolgt zugunsten der Herren.

Im bürgerlichen Verfassungsstaate hat sich vieles geändert, vor allem sind das öffentliche und das private Recht voneinander getrennt worden. Nach Oppenheimer [6]) hat diese formelle Aenderung in materieller Hinsicht alles beim alten gelassen. Nach wie vor geht es nach den Interessen der herrschenden Klasse. Dieses Klassenmonopol des öffentlichen Rechts ist nach ihm fest verankert in einem Privatmonopol des Privatrechts. Dadurch wird es gefestigt und kann nicht verschwinden.

B. Das privatrechtliche Klassenmonopol des Gewalteigentums

Das Privatmonopol ist nach Oppenheimer das „Gewalteigentum", d. h. jenes Eigentum, das seinem Besitzer „Gewaltanteile", ein „Herreneinkommen" an der gesellschaftlichen Gesamterzeugung abwirft. Diesen Gewaltanteil am Grundeigentum nennt er Grundrente, am Kapital Profit. Das privatrechtliche Klassenmonopol unterscheidet sich vom öffentlich-rechtlichen in zweifacher Hinsicht.

1. Formell. Das öffentlich-rechtliche ist ein politisches Monopol, das privatrechtliche ein ökonomisches.

2. Inhaltlich. Das öffentlich-rechtliche Monopol dient der ganzen herrschenden Klasse, also einer Totalität, das privatrechtliche nur den einzelnen Mitgliedern der Klasse.

1. Das primäre Gewalteigentum.

Dieses primäre Gewalteigentum ist der Grossgrundbesitz. Die Grossgrundbesitzer, die mit der Zeit zur Macht gelangten, nahmen sich das Recht, den bisher weder wirtschaftlich noch politisch okkupierten gesamten Rest des Bodens für sich in Beschlag zu nehmen. Der Boden wurde gegen jedermann gesperrt, der sich nicht zu einer Abgabe der Grundrente bereit erklärte. [7]) Der Grossgrundbesitz beruht also auf einer politischen Okkupation. Die Besetzung des gesamten Gebietes durch einige wenige

[6]) Oppenheimer, S. 250.

[7]) Oppenheimer, S. 256.

brachte allen andern die Unfreiheit. Aeusserlich sah es aus, als ob man ihnen die Freiheit geben wollte. Die Bindung des Arbeiters an die Scholle hörte auf. Dagegen fand die Sperrung seines Arbeitsmittels statt, so dass er gleichwohl vom Besitzenden abhängig blieb. Um überhaupt arbeiten zu können, musste er sich den Bedingungen des Besitzenden unterwerfen und diese bestanden darin, dass er einen Teil seines Arbeitsertrages abtreten musste. Diese Ausrichtung seines Monopoltributes erfolgte in Gestalt eines Abzuges vom natürlichen Arbeitslohn.

a) Die Tatsache der allgemeinen Bodensperre. Durch das Monopol wurde fast jedes Stück Boden auf der ganzen Erde besetzt. Oppenheimer erklärt deshalb dieses Monopol als allgegenwärtig.

b) Das gesellschaftliche Klassenmonopolverhältnis ist die Folge der Okkupation von Grund und Boden. Um leben zu können, ist der Arbeiter gezwungen, sich jedem zu vermieten, der ihm in der Form des Lohnes wenigstens einen Bruchteil seines eigenen Arbeitsertrages zurückgeben will. Wäre der Boden frei, so würde auch die Arbeiterklasse verschwinden, wie auch die Grundrente und der Kapitalprofit.

2. Das sekundäre Gewalteigentum.

Unter sekundärem Gewalteigentum versteht Oppenheimer[8]) alles Grosseigentum an Produktionsmitteln in einem Wirtschaftskreise, dessen gesamter Grund und Boden angeeignet ist. Dadurch erhält der Eigentümer einen Mehrwert.

a) Das sekundäre Gewalteigentum an Grund und Boden zerfällt in:

aa) Das koloniale Grossgrundeigentum.
Die Okkupation wird hier veranlasst durch die Spekulation auf eine Grundrente, infolge der Massenzuwanderung von Arbeitern oder des Vorhandenseins von Sklaven.

bb) Das grossbäuerliche Grundeigentum.
Als grossbäuerliches Grundeigentum betrachtet Oppenheimer jedes Grundeigentum, das seinem Besitzer

[8]) Oppenheimer, S. 260.

die regelmässige Haltung von fremden Arbeitskräften und den Bezug von Mehrwert an ihrer Arbeit erlaubt.[9])

cc) Das städtische Grundeigentum.
Durch die Massenzuwanderung von landlosen Wohnbedürftigen wird eine Grundrente ermöglicht. Inmitten der wachsenden Stadt werden von Spekulanten Grundstücke zurückgehalten. Der Preis für den Boden verringert sich mit dem Abstand vom Stadtzentrum, so dass in einiger Entfernung der Boden billiger erworben werden könnte. Da aber der Arbeitsmarkt des Arbeiters in der Stadt liegt, ist er gezwungen, dort zu kaufen und den Monopoltribut zu bezahlen. Die städtische Mietrente ist demnach ein Monopolpreis.[10])

b) Das Kapitaleigentum.
All das, was bisher über das Grosseigentum an Grund und Boden gesagt wurde, hat auch seine Gültigkeit für das Grosseigentum an Kapital.[11])

c) Die Folgen der Okkupation.
Dieselbe weist zwei unmittelbare Folgen auf: Erstens ist sie es, die das Klassenmonopolverhältnis schafft. Dadurch wird alles Eigentum an Werkgütern sekundäres Gewalteigentum, das den Monopoltribut von den landlosen Arbeitern zu erpressen vermag.[12]) Daraus entsteht dann das Einkommen des gesamten Unternehmerkapitals, wie auch der weitaus grössten Menge des Kreditkapitals. In zweiter Linie ist es allein durch die Okkupation möglich, dass der blosse Boden einen Wert erhält.

Den Unternehmerprofit bezeichnet er als unmittelbaren Monopolgewinn an unselbständigen Dienstleistungen. Alle die Besitzlosen erhalten einen Monopollohn, d. h. einen Lohn, verkürzt durch den Abzug des Monopolgewinnes.

Kritische Betrachtung dieser Monopollehre.

Das Hauptproblem bildet für Oppenheimer die Preisbildung

[9]) Oppenheimer, S. 263.
[10]) Oppenheimer, S. 264.
[11]) Oppenheimer, S. 266.
[12]) Oppenheimer, S. 274.

der Produktionsfaktoren. Grundrente, Kapitalzins und Arbeitslohn (hier erfolgt infolge der Monopolstellung des Besitzenden für den Arbeiter ein Abzug vom Arbeitsertrag) enthalten schon monopolistische Elemente. Egner [13]) sieht in dieser Ausweitung des Monopolbegriffs eine Verschiebung des Problems auf eine ganz andere Ebene. Es handelt sich nach ihm weniger um die Frage der Preisbildung, als um die Erklärung von Abweichungen vom Kostenpreis. Also darf die Preisbildung der Produktionsfaktoren schon aus blossen Zweckmässigkeitsgründen nicht in das Monopolproblem einbezogen werden. Wie wir schon bei der Begriffsbestimmung des Monopols (§ 1) erklärt haben, ist die Verteilung der Produktionsfaktoren als gegeben hinzunehmen, ansonst eine Unterscheidung in kapitalistisch bedingte und nicht kapitalistisch bedingte Monopole getroffen werden muss.

Nach Oppenheimers Ansicht ist das Monopol zur Hauptsache ein Geschöpf der politischen Oekonomie, der Klassenherrschaft. Die Hauptursache der ungleichen Verteilung sieht er im Bodenmonopol. Es ist dies kein natürliches Monopol, sondern es wurde erst durch rechtliche Massnahmen geschaffen. Durch die Bodensperre gelangte der Boden in die Hand weniger Privatpersonen und der Besitzlose sah sich einem Klassenmonopol gegenüber. Der Arbeiter ist damit des zur Produktion unentbehrlichen Bodenbesitzes beraubt und von der selbständigen Produktion ausgeschlossen. Er muss einen Arbeitskontrakt eingehen, wobei ihm vom Besitzenden ein Abzug vom vollen Arbeitsertrag gemacht wird. Dieser Monopoltribut ist demnach die Folge des Bodenmonopols. Um sich einem derartigen Tribut zu entziehen, strömen die Arbeiter vom Lande ab zur Industrie. Unter dem Drucke der Massen der vom Lande kommenden Arbeiter entsteht die industrielle Reservearmee, die auch den Kapitalbesitzern ermöglicht, einen Monopoltribut zu erzielen zulasten der Arbeiter. Das Bodenmonopol bildet demnach auch die Ursache des Kapitalmonopols. Um die herrschenden Uebelstände zu beseitigen, müsste eine Aufteilung des okkupierten Bodens erfolgen. Keine Person dürfte mehr Boden besitzen, als sie bebauen könnte. Nach Amonn [14]) gibt sich hier

[13]) Egner, Der Sinn des Monopols, S. 38—39 f.
[14]) Amonn, Arch. f. Sozw., Bd. 60.

Oppenheimer einer Illusion hin. Es fehlt nicht an freiem Boden, sondern am notwendigen Kapital, das kostenlos zur Verfügung steht. Bei einer Verteilung würde sich im weitern die Frage ergeben, ob der Arbeitsertrag dem Aufwand entspricht, oder ob das betreffende Wirtschaftssubjekt als freier Arbeiter nicht doch noch besser gestellt wäre. Neubauer[15]) macht folgende Gründe gegen das Bodenmonopol geltend. Boden kann nur als Fläche nicht vermehrt werden, dagegen wohl als Produktionskraft. Daraus folgt noch nicht, dass der Boden als Produktionskraft kostenlos erwerbbar wäre, da ja die Produktionskraft zur Fläche gebunden bleibt und die Fläche ist ja infolge Bodeneigentums gesperrt. Werner[16]) glaubt nur, dass die Vermehrbarkeit der Produktionskräfte den Preis des Bodens so sehr drückt, dass bei Bodenpacht die Kosten des Arbeiters niedriger sein können, als sein Verlust im Arbeitslohnverhältnis an Kapitalprofit. Er müsse daher eher Boden pachten, als in Lohnverhältnissen stehen. Mindestens ist der Pachtzins des Bodens kein genügender Grund dafür, dass der Arbeiter gezwungen wäre, den Kapitalprofit als Lohnabzug einfach hinzunehmen. Der Arbeiter ist in demselben Mass und Sinn vom Eigentum des Kapitals wie des Bodens ausgeschlossen und so könnte man auf Grund der Oppenheimer'schen Terminologie von Monopol des Kapitals wie von Monopol des Bodens reden. Wenn die Arbeiter nur Boden bekommen würden ohne Kapital, dann würden sie nichtsdestoweniger vom Monopoltribut nicht befreit als im Falle blosser Bodenlosigkeit, und es würde ihnen nicht weniger helfen, sollten sie statt blossen Bodens bloss Kapital erhalten. Vor allem aber müsste ein aus dem Bodenmonopol kommender Profit begrifflich nicht Kapitalprofit, sondern Bodenrente sein und nicht den Kapitalisten, sondern den Bodenbesitzern zufliessen, was ja nicht geschieht. So stammt der Kapitalprofit entweder nicht aus dem Bodenmonopol oder er fliesst nicht dem Kapitalisten zu, woraus folgt, dass die Oppenheimer'sche Theorie sich nicht bewahrheitet. Amonn[17]) weist im weitern darauf hin, dass Oppenheimer beim Bodenmonopol die Höhe des Preises in den Vordergrund schiebt zur Bestim-

[15]) Neubauer, Zs. f. Nat.-Oek., Bd. II, 1931.
[16]) Werner, Oppenheimers System des liberalen Sozialismus, Jena 1928.
[17]) Amonn, Arch. f. Sozw., S. 306.

mung des Monopolcharakters und im Gegensatz zur üblichen Fassung betont, dass weder die Zahl der Anbietenden noch die Tatsache, dass Konkurrenz zwischen diesen besteht, entscheidend sei. Ueberhaupt stossen wir in Oppenheimers Ausführungen wiederholt auf Widersprüche in bezug auf seinen Monopolbegriff. Als Kriterium betrachtet er in seiner Monopoldefinition die Tatsache, dass sich nur ein bestimmter Kreis von Wirtschaftspersonen am Angebot oder der Nachfrage beteiligen kann. Aber schon sein Begriff des Produktionsmonopols lässt sich mit dem Monopolbegriff nicht mehr vollständig in Einklang bringen.[18]) Unter Produktionsmonopol versteht er denjenigen Tatbestand, bei dem ein Produzent gegenüber seinen Konkurrenten einen Produktionsvorteil besitzt, demzufolge er mit niedrigeren Kosten produziert und also einen Gewinn am statischen Preise macht. Trotzdem also Konkurrenz vorhanden ist, sich jeder beteiligen kann und darf, spricht er von einem Monopol. Den aus dieser Position hervorgehenden Gewinn pflegte man üblicherweise als Differentialgewinn zu bezeichnen.[19])

Oppenheimer versteht eben unter seinem Ideal, der freien Konkurrenz, einen ganz andern, als den üblichen Tatbestand. Er setzt bei allen Wirtschaftspersonen, die einen Tausch tätigen wollen, die gleiche wirtschaftliche Lage voraus. Sein Ausgangspunkt liegt also nicht in der Erfahrung, sondern greift darüber hinaus. Die Grundlage seiner Untersuchung bildet etwas Seinsollendes und nicht etwas Seiendes, wie es in der Volkswirtschaft tatsächlich vorhanden ist. Sein Tatbestand des Monopols ist eben nach unsern Grundlagen gar kein Gegensatz zur Konkurrenz.[20]) Da Oppenheimer keinen grundsätzlichen Unterschied macht zwischen Monopol und Konkurrenz, so ergeben sich natürlich auch gewisse Schwierigkeiten in bezug auf den Monopolpreis. Monopolpreis und Konkurrenzpreis fallen daher bei ihm häufig zusammen.[21])

Oppenheimers Darlegungen sind stark mit Politik und Gesellschaftswissenschaft vermengt. Auch rechtsphilosophische und

---

[18]) ebenda, S. 304.
[19]) Otte, Das Differentialeinkommen, S. 34.
[20]) Egner, S. 37 ff. und Amonn, Arch. f. Sozw., S. 307.
[21]) Otte, S. 34.

ethische Fragen werden mitberücksichtigt.[22]) Dies erklärt uns, warum er die Verschiedenheit der wirtschaftlichen Lage nicht aus der wirtschaftlichen Entwicklung ableitet, sondern aus der Verwendung politischer Mittel, bzw. den Beziehungen zwischen den Unterworfenen und den Siegern. Sein Ziel ist die Statuierung des Rechts auf den vollen Arbeitsertrag. Die Verschiedenheit der Einkommen darf sich nur ergeben aus der Verschiedenheit der Qualifikation.

Seine ganze Lehre ist unzweckmässig,[23]) da Oppenheimer von einem Postulat ausgeht und alle Misstände der Erfahrungswelt auf die Unrealisiertheit des Postulates zurückführt und dessen Verwirklichung fordert. Durch die Einführung dieses metaphysischen Zustandes (Ideal), der jenseits aller Erfahrung liegt, wird die ganze empirische Problematik plötzlich aufgelöst.

---

[22]) Otte, S. 34.
[23]) Egner, S. 38.

II. Teil

Die Monopolpreislehre

§ 7. Der Begriff des Monopolpreises und die ihn bestimmenden Kräfte im allgemeinen

Das Besondere gegenüber der Konkurrenzpreisbildung besteht darin, dass durch die vollständige oder doch zu einem bestimmten Teil erfolgte Zusammenfassung des Angebots oder der Nachfrage, ein Einfluss auf die Höhe des Preises ausgeübt werden kann. Dieser Einfluss kann direkt geltend gemacht werden durch Preisfestsetzung oder indirekt durch eine Regulierung der Mengen. Einen solchen Preis, der auf Grund des Monopolwillens zustande kommt, sei es in der Form einer mengen- oder preismässigen Manipulation, nennen wir einen Monopolpreis. Werfen wir einen Blick auf die geschichtliche Entwicklung der Nationalökonomie, so sehen wir auch in der Monopolpreislehre, gleich wie bei der Preisbildung überhaupt, dass eine Erklärung des Monopolpreises sowohl durch subjektive, wie auch durch objektive Momente erfolgt.

Der Einfluss auf die Richtung der Preisbestimmung wird sich natürlich sehr verschieden gestalten, je nachdem es sich um ein Angebots- oder Nachfragemonopol handelt. Der Angebotsmonopolist wird geleitet von dem Streben nach dem grösstmöglichen Gewinn, während der Nachfragemonopolist darauf ausgehen wird, einen möglichst niedrigen Preis bezahlen zu müssen.

Wir müssen bei der Untersuchung des Einflusses der Monopolstellung auf die Höhe des Preises beim Angebotsmonopol das Streben nach dem grösstmöglichen Gewinn zugrunde legen. Ohne diese Voraussetzung sind keine bestimmten Angaben möglich über die Höhe des Monopolpreises. Sobald andere Ein-

flüsse eine Rolle spielen, und wir diese in Betracht ziehen, wie etwa solche, die einer besondern Wirtschaftsgesinnung entspringen, so wird man nur Grenzen angeben können, innerhalb welcher der Monopolpreis zu liegen kommt.

Bei der Bestimmung des Monopolpreises ist zu beachten, dass ein grösserer Absatz zu niedrigerem Preis einen grössern Gewinn bringen kann, als ein kleiner Absatz zu höherem Preis. Schon im Jahre 1838 wurde durch den französischen Mathematiker Cournot darauf hingewiesen, dass bei kostenloser Produktion dem höchsten Preis durchaus nicht immer die grösste Gesamteinnahme entspreche. Der Monopolist darf deshalb, wenn er den grössten Gewinn erreichen will, nicht den höchsten Preis, den er überhaupt erhalten kann, festsetzen, da die Nachfrage bei Preiserhöhungen im allgemeinen zurückzugehen pflegt, so dass das Produkt aus Menge mal Preis nach der Erreichung eines Maximums wieder zu sinken beginnt. Bei Produktion mit Kosten ist in Betracht zu ziehen, dass der Absatzrückgang durch Preiserhöhung nicht ohne Wirkung auf die Kosten ist, da damit die durchschnittlichen Stückkosten verändert werden. Das Verhalten des Monopolisten wird dadurch beeinflusst. Zur Erreichung seines Zieles ist er also an bestimmte Daten, bestimmte Angebotsbedingungen und Gestaltungen der Nachfrage gebunden.

Der Monopolpreis ist daher nicht schlechthin unter allen Umständen der höchste erzielbare Preis und der Konkurrenzpreis nicht der niedrigste, wie Adam Smith[1]) glaubte, sondern als Monopolpreis kann nach der Auffassung der meisten Nationalökonomen nur derjenige Preis gelten, bei welchem der grösste Gewinn erzielt wird.[2]) Diesen pflegt man als Optimalpreis oder Maximalgewinnpreis zu bezeichnen. Er ist dadurch gekennzeichnet, dass die abgesetzte Menge multipliziert mit dem Gewinn pro Einheit ein Maximum ergibt.[3]) Seine Höhe wird durch zwei Umstände beeinflusst, durch die Elasti-

[1]) Adam Smith, Untersuchung über das Wesen und die Ursachen des Volkswohlstandes, S. 86.

[2]) Otte, S. 27. Casper, Theorie, S. 518. Dobretsberger, Konkurrenz und Monopoltheorie, S. 65. Mayer, Handw. d. Staatsw., Art. „Monopolpreis". Mises, S. 378. Haberler, S. 225.

[3]) Casper, Theorie, S. 518. Mayer, Handw. d. Staatsw.

zität der Nachfrage, wie die des Angebots. Erst deren Berücksichtigung ermöglicht es, den Optimalpreis zu bestimmen. Liefmann[4]) bezeichnet die Erklärung dieses Preises als eine Spielerei, da kein Monopolist die ihn bestimmenden theoretischen Grössen kenne. Casper[5]) bezeichnet einen solchen Preis als einen Monopolpreis im engern Sinne, der nur preistheoretisches Interesse besitze und zudem nur für vollständige Monopole zutreffe. Eine Untersuchung des Monopolpreises im gesamtökonomischen Rahmen müsse noch andere Grenzen in Betracht ziehen, als nur die Elastizität der Nachfrage und des Angebots, da noch verschiedene andere Kräfte sich gegen das Monopol geltend machten. So verweisen die meisten Autoren auf die Einschränkung der Monopolmacht durch die Verschiebung der Nachfrage auf verwandte Erzeugnisse des Monopolproduktes, die denselben Bedürfnissen dienen können und somit gewissermassen mit dem Monopolgut im Wettbewerb stehen. Von grösster Bedeutung erweist sich in diesem Falle die Dringlichkeit des Eintauschbedürfnisses hinsichtlich des Monopolgutes, die ausschlaggebend für die Möglichkeit der Ausnutzung des Monopols sei. Lebenswichtige Bedürfnisse mit grosser Dringlichkeit ergeben eine viel grössere Ausnützungsmöglichkeit, als Luxusbedürfnisse, die von geringerer Dringlichkeit sind. Bei den ersteren besteht selbst beim starken Ausnützen der Monopolmacht eine geringere Gefahr der Hinwendung zu Surrogaten. Dies ist der Verbundenheit aller Preise miteinander zuzuschreiben, wie auch der Abhängigkeit der Nachfrage nach einem Gute von den Preisen anderer Güter. Casper[6]) weist darauf hin, dass diese Ersatzwarenkonkurrenz im Zustande der Statik schon ein Bestandteil der Nachfragekurve bilde und daher erst bei gewissen dynamischen Vorgängen zusätzlich in Erscheinung trete.

Aus dieser Tatsache folgern viele Nationalökonomen,[7]) dass der Monopolist sich innerhalb, nicht ausserhalb der Konkurrenzwirtschaft befinde. Sie verstehen dabei „Konkurrenz" in

---

[4]) Liefmann, Der Monopolpreis, S. 126.

[5]) Casper, Theorie, S. 520.

[6]) Casper, Theorie, S. 538.

[7]) Halm, Die Konkurrenz, S. 181, 153. Dobretsberger, Konkurrenz und Monopoltheorie, S. 46.

einem weitern Sinne, nämlich als Konkurrenz aller Güter miteinander, derzufolge jedes einen Teil des Einkommens des Konsumenten auf sich zu lenken sucht. Aus diesem Grunde sieht Halm[8]) im Zusammenschluss der Unternehmungen kein Ausschluss der Konkurrenz, sondern nur eine Veränderung derselben, eine Formwandlung. Unter Zugrundelegung dieses weitern Konkurrenzbegriffes trifft die Auffassung zu, und es kann dann nur von einer Beschränkung der Konkurrenz, nicht aber von einem vollständigen Ausschlusse, die Rede sein. Versteht man jedoch unter Ausschaltung der Konkurrenz ihre Ausschaltung innerhalb des betreffenden Produktionszweiges, wie es in der Lehre vom vollständigen Monopol der Fall ist, so trifft jene Auffassung nicht zu. Dann bedeutet auch eine blosse Einschränkung der Konkurrenz im Sinne Halms nicht Fortfall des Monopols und Monopolpreises in gewöhnlich verstandenem Sinne, sondern nur ein Einschränken der Ausnutzung. Casper[9]) wendet dagegen ein, dass dieser Tatbestand, den man Monopol nenne, nicht lediglich eine blosse Formwandelung der Konkurrenz bedeute, wie Halm es ausdrückt, sondern auf der Möglichkeit der Ausübung eines besondern Einflusses beruhe.

Nach Casper[10]) ist dann ferner zu berücksichtigen, dass sich auf die Dauer verschiedene Kräfte gegen das Monopol geltend machen, die, wenn es von Bestand sein soll, schon von Anfang an bei der Bestimmung des Monopolpreises mitberücksichtigt werden müssen. Unter diesen Kräften versteht er die Aussenseiterkonkurrenz, die latente Konkurrenz (nur bis zu einer gewissen Höhe des Monopolpreises keine Konkurrenz), die innere Konkurrenz (Quotenkampf innerhalb der Kartelle), sowie die neu auftretende Konkurrenz der Surrogate in der Dynamik. Unter dem Einfluss dieser Kräfte ergibt sich für den Optimalpreis eine Modifikation. Als Kriterium des Monopolpreises kann nach Casper nicht einfach das Gewinnmaximum gelten, bei welchem nicht sämtliche dem Monopol drohende Gefahren in Betracht gezogen sind, sondern jeder über dem Konkurrenzpreis liegende Preis muss als Monopolpreis betrachtet

[8]) Halm, Die Konkurrenz, S. 181.
[9]) Casper, Theorie, S. 529.
[10]) Casper, Theorie, S. 533.

werden.[11]) Alle Preise, die sich zwischen dem Konkurrenzpreise und dem Optimalpreise bewegen, können also als Monopolpreise bezeichnet werden, da sie nur durch Monopolwillen erzielbar sind. „Aktive Marktbeeinflussung, Preis über dem Konkurrenzpreis, das ist Monopolwille und Erfolg,“[12]) sagt Casper. Es bleibt das Prinzip des Optimalpreises in seinem formalen Sinne, nur wird es inhaltlich modifiziert. Dadurch, dass alle Konkurrenzgefahren, die für das Monopol bestehen, in Betracht gezogen werden, ergibt sich ein Optimalpreis auf lange Dauer.

Es erhebt sich dabei aber die Frage, welcher Preis als Konkurrenzpreis zu bezeichnen ist. Wählt man, wie Egner, als Ausgangspunkt den statischen Gleichgewichtspreis, so ergeben sich Schwierigkeiten der Abgrenzung zwischen dem Monopolgewinn und andern Arten von Gewinn. Auch die durchschnittlichen Kosten dürften als Kriterium der Bestimmung des Konkurrenzpreises nicht geeignet sein, da sich hier oft Unzulässigkeiten bei ihrer Berechnung ergeben könnten. Ganz allgemein pflegt man als Konkurrenzpreis den Grenzkostenpreis zu bezeichnen. Nun ergeben sich aber in der Wirklichkeit Situationen, in denen der tatsächliche Konkurrenzpreis unter dem normalen Konkurrenzpreis, das ist dem Grenzkostenpreis, liegt. Dies ist namentlich bei ruinöser Konkurrenz der Fall und zieht den Zusammenschluss zu einem Kartell nach sich. Welchen Preis wir als Untergrenze betrachten, ob den normalen oder den tatsächlichen Konkurrenzpreis, diese Frage gestaltet sich mehr oder weniger zu einer reinen Ermessensfrage. Halm[13]) erhebt gegen die Auffassung des tatsächlichen Konkurrenzpreises als Untergrenze den Einwand, dass bei einem darüber liegenden Preise noch keine Ausbeutung des Konsumenten vorliegen müsse, sondern es sich bloss um ein Vermeiden von Verlusten handeln könne. Solange der Monopolpreis den normalen Konkurrenzpreis nicht überschreite, bestehe kein Monopolgewinn. Ein solcher Zusammenschluss zur Beseitigung der ruinösen Konkurrenz bedeutet jedoch für Casper[14]) ebenfalls eine Preisbeeinflussung

[11]) Mises, S. 335.
[12]) Casper, Theorie, S. 515.
[13]) Halm, Wirkung der Besteuerung des Kartellgewinns, S. 35.
[14]) Casper, Theorie, S. 526.

in der Richtung, dass ein weiteres Sinken verhindert werden soll. Es findet aktive Marktbeeinflussung durch einen einheitlichen Willen statt. Deshalb müsse man diese Tatsache als Monopolerscheinung betrachten. „Der verhinderte Verlust kommt einem Monopolgewinn gleich." Das Kriterium des Preises als Monopolpreis ist daher nach Casper[15]) nicht der normale Konkurrenzpreis, sondern der tatsächliche Konkurrenzpreis, d. h. die Lage vor der Monopolabrede. Wir können Casper zustimmen, wenn er den Monopolpreis definiert als denjenigen Preis, der durch Monopolwillen über das jeweilige Konkurrenzniveau gehoben wird.[16]) Erfolgt durch den Zusammenschluss aller Unternehmungen eine Kostensenkung unter den ruinösen Konkurrenzpreis, dann ist natürlich dieser Kostenpreis als Basis zu betrachten, über welchen hinaus jeder Preis Monopolpreis ist. In ihm fallen dann der tatsächliche und der normale Konkurrenzpreis (Grenzkostenpreis) zusammen.

Ob die Kartelle als Monopole zu betrachten sind oder nicht, das kommt einzig und allein darauf an, welche Marktkonstellation man als Monopol zu bezeichnen pflegt. Es ist eine rein terminologische Frage. Nehmen wir als Untergrenze die tatsächliche Konkurrenzlage vor der Monopolabrede, dann müssen wir sie ohne weiteres auch zu diesen Gebilden zählen. Die Einwände, dass sie nur zur Verhinderung der weitern Ausdehnung der ruinösen Konkurrenz entstehen und keinen positiven Monopolgewinn erzielen, müssen dahinfallen.[17]) Ohne ihr willkürliches Einwirken würde sonst der Preis vielleicht noch tiefer sinken. Und wohl eben so oft werden Zusammenschlüsse erfolgen zum Zwecke der Gewinnerhöhung. Ist einmal die Organisation da, so wird es dieser ein leichtes sein, den Preis über den normalen Konkurrenzpreis zu steigern, wenn auch nicht sofort, so doch in Zukunft. Casper[18]) wendet sich gegen die Ansicht Halms, d. h. gegen die Annahme einer massvollen Preispolitik durch die Kartelle. Einzelfälle, bei denen die Macht nicht ausgenutzt wird, dienen ihm nicht als Beweis des Gegenteils. Auch Wolfers[19]) geht mit Casper einig, wenn er schreibt: „so-

[15]) Casper, Theorie, S. 517.
[16]) Casper, Theorie, S. 520.
[17]) Halm, Monopolistische Bestrebungen in der Gegenwart, S. 688.
[18]) Casper, Theorie, S. 553.
[19]) Wolfers, Das Kartellproblem, S. 45 und S. 47.

fern die Kartelle als homines oeconomici handeln, werden sie ihre Macht ausnutzen. Sie haben den Willen, die Möglichkeit einer Preisforderung über den Konkurrenzpreis auszunutzen, nur sind ihnen etwas engere Grenzen gezogen."

Wie verhält es sich nun bei normaler Konkurrenzlage mit den industriellen Zusammenschlüssen zwecks Kostensenkung? Betrachtet man als Monopolkriterium die Zahl der Anbieter, so wird man nicht umhin können, sie als Monopole anzusprechen. Wie schon früher erwähnt, liegt aber das Wesen des Monopols nicht in der Anbieterzahl, sondern es muss dazu noch der Monopolwille treten, d. h. der Wille in Form einer Mengen- oder Preismanipulation, einen höhern als den tatsächlichen Konkurrenzpreis zu erzielen. Dadurch erst wird ein Monopol geschaffen. Die erreichte Kostensenkung bei Monopolbildung ist nicht dem Monopolmoment, sondern der Zusammenfassung als solcher zuzuschreiben.[20]). Barone[21]) lehnt mit Ausnahme von Einzelfällen jede Parallele zwischen industriellen Zusammenschlüssen und Monopol ab. Dies ist richtig, wenn nicht durch Monopolwillen ein Erhöhen des Preises über das Konkurrenzniveau erfolgt. Bei normaler Konkurrenzlage ist der Konkurrenzpreis gleich dem Grenzkostenpreis. Werden nun die Kosten durch den Zusammenschluss aller gesenkt, so wird der neue Kostenpreis zum tatsächlichen Konkurrenzpreis und dient dann als Untergrenze des Monopolpreises. Jeder Preis darüber hinaus ist nach Casper[22]) ein Monopolpreis. Grenzproduzent und Monopolist sind dann in einer Person vereint. Dabei ist es sehr wohl möglich, dass der Monopolpreis unter den bisherigen Konkurrenzpreis zu liegen kommt. Umfasst der Zusammenschluss nicht sämtliche Unternehmungen eines Produktionszweiges, so werden sich, infolge der dadurch erzielten Kostensenkung, nur diejenigen weiter behaupten können, deren Kosten keine grossen Abweichungen nach oben vom Kostenpreis der zusammengeschlossenen Unternehmungen aufweisen. Auch in diesem Falle wird daher der neue Kostenpreis und der Grenzkostenpreis zusammenfallen und zum tatsächlichen Konkurrenzpreis werden, wobei jede Forderung über diesen Preis als Mo-

[20]) Casper, Theorie, S. 522.
[21]) Barone, Grundzüge der theoretischen Nationalökonomie, S. 190.
[22]) Casper, Theorie, S. 525.

nopolpreis zu betrachten ist. Stimmen der Grenzkostenpreis und der neue Kostenpreis der zusammengeschlossenen Unternehmungen nicht überein, d. h. bleibt um die Nachfrage zu befriedigen noch eine Unternehmung bestehen, die höhere Kosten aufweist, so ist sie Grenzproduzent. Ihr Kostenpreis wird dann die Untergrenze für den Monopolpreis abgeben. Solange der Preis der vereinigten Unternehmungen diesen Punkt nicht übersteigt, ist die Differenz zwischen Grenzkostenpreis und neuen Kostenpreis als Differenzialgewinn und nicht als Monopolgewinn zu betrachten.

Im übrigen ist für den Monopolpreis, wie auch für die Bestimmung des Konkurrenzpreises, das Verhältnis von Angebot und Nachfrage von ausschlaggebender Bedeutung. Für die eine, wie für die andere Preisbildung fallen dieselben allgemeinen Gesetze in Betracht, weshalb wir sie wohl mit Recht als zwei Arten ein und derselben Preiserscheinung bezeichnen dürfen.[23]) Der Unterschied liegt einzig und allein in der besondern Art und Weise des Zustandekommens von Angebot und Nachfrage.[24])

Bevor wir zur Behandlung der Preisbildung bei den verschiedenen Monopolarten übergehen, lassen wir noch ganz kurz einige Bemerkungen über die Wirkung des Angebots und der Nachfrage in der Konkurrenzpreisbildung folgen.

a) Die Nachfrage in der Konkurrenzpreisbildung.

Bei Wettbewerb ist der Gesamtbedarf, der innerhalb eines bestimmten Wirtschaftsgebietes besteht, auf viele Wirtschaftssubjekte verteilt. Jeder Nachfragende macht nur einen geringen Teil der Gesamtnachfrage aus, so dass es ihm nicht möglich ist, einen merkbaren Einfluss auf die Preisbildung auszuüben. Dasjenige Wirtschaftssubjekt, das versuchen würde, seine Nachfrage zurückzuhalten, müsste Gefahr laufen, vom Tausche ausgeschlossen zu werden, wodurch eine Preisbeeinflussung illusorisch würde.

b) Das Angebot in der Konkurrenzpreibildung.

Im Gegensatz zum Monopol, wo das Angebot konzentriert ist,

[23]) Amonn, Grundzüge der Volkswohlstandslehre, S. 179.
[24]) Wieser, S. 151 ff.

werden bei Konkurrenz die gleichen Güter durch eine Vielheit von Wirtschaftspersonen angeboten, und zwar zu gleicher Zeit, so dass der Einzelne nur über einen verhältnismässig kleinen Teil des Gesamtangebotes verfügt. Unter sich stehen diese Anbietenden im Kampf miteinander, d. h. sie unterbieten sich gegenseitig in ihren Preisen bis zu jenem Punkte, wo die gesamte vorhandene Menge abgesetzt werden kann. Der Einzelne wäre nur dann in der Lage, einen Einfluss auf die Preisgestaltung auszuüben, wenn die durch ihn zurückgehaltene Menge nicht durch die Konkurrenten ersetzt werden könnte. So aber würde er durch sein Fernbleiben vom Markte der Gefahr ausgesetzt vom Tausche ausgeschlossen zu werden, was nicht in seinem Interesse liegt.[25]) Die Konkurrenz diktiert den Preis und damit bei gegebenen Kosten den Gewinn, während sich der Monopolist den Preis und somit seinen Gewinn wählen kann.[26]) Dabei ist aber zu beachten, dass auch er auf verschiedene Faktoren Rücksicht nehmen muss.

Bei der Herstellung eines Gutes können sich verschiedene Produktionskosten ergeben, die die Ursache der ungleichen Gewinne (Differentialgewinne) bilden. Barone[27]) erläutert dies in einer graphischen Darstellung. Er stellt die Unternehmungen A., B., C. nach der Höhe ihrer Produktionskosten dar. Da die Unternehmungen A. und B. nicht genügen, um die Nachfrage zu decken, entsteht die Unternehmung C., die allerdings zu den höchsten Kosten produziert und deshalb keinen Gewinn erzielt. Sie verkauft zum Gleichgewichtspreis, bzw. zum natürlichen Preis. Tritt nun eine neue Unternehmung D. auf, die zu den gleichen Kosten produziert wie A., so verschwindet C. von dem Markte. Als Folge ergibt sich eine Preissenkung, verbunden mit einer Steigerung der verbrauchten Menge. Für A. bedeutet dies eine Verkleinerung des Gewinnes. Kommt jetzt noch eine neue Unternehmung E. dazu, die dieselben Kosten aufweist wie A. und D., so wird B. verschwinden. Es findet eine nochmalige Preissenkung statt, wiederum verbunden mit einer Steigerung der verbrauchten Menge, was aber dazu

---

[25]) Mayer, Halm, S. 131 und f. Zwiedineck, S. 164 und f. Cassel, Theoretische Sozialökonomie, S. 103 f.

[26]) Casper, Theorie, S. 514.

[27]) Barone, S. 20.

führt, dass die Gewinne von A. D. und E. fast verschwinden, indem sich der Preis immer mehr den Kosten nähert. Daraus kann der Schluss gezogen werden, dass bei Konkurrenz der letzte Produzent, der noch zur Bedarfsdeckung herangezogen werden muss, einen gewissen Einfluss auf die Preisbestimmung ausübt, während es beim Monopol vom Monopolisten abhängt, von seiner persönlichen Einstellung, wie sich der Monopolpreis gestaltet. Unter der Voraussetzung des Gewinnstrebens ist aber auch der Monopolinhaber an gewisse Gesetzmässigkeiten gebunden.[28])

c) Die Gesamtkosten.

Unter Gesamtkosten verstehen wir mit Barone[29]) die Kosten einer gesamten Produktion ohne Umrechnung auf die Produktionseinheit. Als untere Grenze des Monopolpreises müssen die Produktionskosten betrachtet werden. Wir können hier eine kleine Einschränkung machen und sagen, dass dies nur für reine Monopolgüter zutrifft, die keinen Konkurrenzpreis besitzen. Im andern Falle wird der Konkurrenzpreis die untere Grenze bilden, da der Monopolpreis, der auf diesen Punkt herabsinkt seinen eigentlichen Charakter als Monopolpreis verliert. Für das Produktionsmonopol sind die Produktionskosten von grösster Bedeutung, wie wir in § 8 noch sehen werden.

Nicht zuletzt spielt hier auch das Gesetz der Massenproduktion eine bedeutende Rolle, das besagt, dass mit der Menge der Produkte die Produktionskosten sinken. Es findet bei zunehmender Produktion eine Verringerung der Stückkosten statt, da die fixen Kosten auf eine grössere Menge verteilt werden können. Dies könnte nun leicht zur Annahme führen, dass sich bei einer Steigerung der Produktion bis ins unendliche die Produktionskosten unbegrenzt vermindern würden. In diesem Falle würde es das Beste sein, die Produktion eines Gutes von einem einzigen Produzenten vornehmen zu lassen, also eine allgemeine Monopolisierung durchzuführen. In Wirklichkeit jedoch verhält es sich anders. Von einem gewissen Punkte an, dem optimalen Beschäftigungsgrad eines Betriebes, nehmen die Produktions-

[28]) Otte, S. 40.
[29]) Barone, S. 23.

kosten pro Einheit wieder zu. Barone [30]) sieht den Grund dazu in der Schwierigkeit der Leitung eines grossen Unternehmens und der Beschaffung der Menge an einzelnen Produktionsmitteln in der günstigsten Kombination, wie sie für den grossen Produktionsumfang nötig sind.

Diese Gesamtkosten finden bei den Vertretern der mathematischen Schule eine besondere Beachtung bei der Bestimmung des Monopolpreises.

d) Der Monopolgewinn.

Von einem Monopolgewinn sprechen wir dann, wenn sich ein Gewinn auf Grund der Monopolstellung ergibt. Dem Inhaber eines Monopols ist infolge seiner Machtstellung die Möglichkeit gegeben, den Preis seiner Produkte dauernd über den Produktionskosten zu halten, d. h. über dem Wert der zu ihrer Produktion notwendigen Produktionsmittel. Der auf diese Weise erzielte künstliche Ueberschuss ist dauernder Natur, was sagen will, dass er nur mit dem Verschwinden des Monopols selbst verschwindet. [31]) Dobretsberger [32]) erklärt den Monopolgewinn als eine Ueberrente, die dadurch zustande kommt, dass infolge der künstlichen Regulierung des Angebots oder der Nachfrage eine erhöhte Differenz zwischen Preis und Kosten entsteht. Während demnach das Monopol gestattet, einen dauernden Gewinn zu erzielen, finden wir bei Konkurrenz die Tendenz denselben zum Verschwinden zu bringen. Zwischen der Differentialrente und dem Monopolgewinn bestehen gewisse Beziehungen. Es liegt absolut im Bereiche der Möglichkeit, dass sich ein Differentialgewinn in einen Monopolgewinn umwandeln kann. [33]) Dies kann auf folgende Weise geschehen. Wie wir wissen, kann eine derartige Differenz in den Kosten nur bestehen, wenn die Betriebe mit geringern Kosten nicht imstande sind, die Nachfrage zu befriedigen, und die Konkurrenz nicht imstande ist, ihre Produktion bis zu den niedrigeren Kosten auszudehnen. Gelingt es nun einem Betriebe mit geringern Kosten, seine Produktion so auszudehnen, dass er in die Lage ver-

[30]) Barone, S. 24.
[31]) Amonn, Grundzüge, S. 269.
[32]) Dobretsberger, Konkurrenz und Monopol, S. 23.
[33]) Tismer, S. 57.

setzt wird, die Nachfrage voll zu befriedigen, so wird er eine Monopolstellung erlangen, wobei allerdings zu berücksichtigen ist, dass der Monopolpreis ein begrenzter ist, d. h. ein gewisses Maximum nicht überschreiten kann. Es darf der Monopolpreis jenen Punkt nicht überschreiten, bei dem eine unter ungünstigeren Produktionsbedingungen vorgehende Produktion sich lohnen würde. Hier wird man nicht mehr bloss von einer Differentialrente, sondern von einem Monopolgewinn sprechen müssen. Man wird in bestimmten Fällen oft Mühe haben, zwischen einem Monopolgewinn und einem Differentialgewinn zu unterscheiden. Inwieweit auch schon der Unternehmergewinn monopolistische Elemente enthält, können wir im Rahmen unserer Arbeit nicht untersuchen.

Das Bestreben, den Monopolgewinn zu definieren und ihn gegenüber andern Gewinnarten abzugrenzen, finden wir schon bei Marshall.[34]) Er bezeichnet den Monopolgewinn als einen Ausnahmegewinn, der entsteht aus der Differenz des Gewinnes zwischen einem monopolistischen Gut und dem Normalgewinn des gleichen Gutes, hergestellt bei freier Konkurrenz. Jeder Angebotspreis enthält nach seiner Ansicht einen Normalgewinn, wobei er die Produktionskosten als Angebotspreis setzt. Dieser Normalgewinn wird entweder ganz oder nach Abzug von Kapitalzins und Risikoprämie als Reineinnahme bezeichnet. Reineinnahme im Sinne von Reingewinn bzw. Unternehmergewinn ist nichts anderes als das Unternehmerarbeitseinkommen. Er sagt dann weiter, eine Schwierigkeit bestehe darin, dass der Unternehmer keine Unterscheidung zwischen dem Unternehmerlohn und dem Ausnahmegewinn infolge Monopolcharakters vornehme. Diese Schwierigkeit sei beseitigt, sobald es sich um eine Aktiengesellschaft handle, wo bevor der Reingewinn bekanntgegeben werde, von der Gesamteinnahme alle Betriebs- bzw. Verwaltungsspesen in Abzug gebracht würden. Die unter die Aktionäre verteilte Summe enthält demnach nur noch den Zins für das investierte Kapital, die Versicherung gegen Verlustgefahr und nur wenig oder überhaupt keinen Unternehmergewinn. Als Monopolgewinn dürfte also jeder Ueberschuss betrachtet werden, um den die Dividende grösser ist, als was man für Zins und Versicherung berechnete. Um eine bessere

[34]) Marshall, S. 457.

Uebersicht über das Gesagte zu erhalten, betrachten wir die Darstellung von Stark.[35])

Einzelunternehmen als Monopol

Nachfragepreis (Monopolpreis)

Angebotspreis	E Monopolgewinn
Normalgewinn oder Reineinnahme oder Reingewinn	D Reingewinn bezw. Unternehmergewinn (im Sinne von Unternehmerarbeitseinkommen) C
Selbstkosten	Kapitalzins und Risikoprämie B
	Herstellungskosten A

Aktiengesellschaft als Monopol

Nachfragepreis (Monopolpreis)

Angebotspreis	E Monopolgewinn. Betrag der Dividende nach Abzug der Zinsen und Versicherung
Normalgewinn oder Reingewinn oder Reineinnahme	D Kapitalzins und Risikoprämie in angemessener Höhe für Aktien und Obligationen C
Selbstkosten	Betriebsverwaltungsspesen (inklusive Gehälter) B
	Herstellungskosten A

Ein Vergleich der beiden Darstellungen führt uns zu folgenden Ueberlegungen. In bezug auf das Einzelunternehmen besteht eine Schwierigkeit der Bezeichnung des Reingewinns. Einige

[35]) Stark, S. 4 .

bezeichnen nur CD, andere DC plus CD als Reingewinn. Bei der A. G. fällt diese Schwierigkeit dahin, da BC als feste Summe verbucht wird. Der Reingewinn beträgt damit nur CD. Im Angebotspreis ist daher schon ein angemessener Reingewinn enthalten.

Eine nähere Untersuchung der einzelnen Posten der Einzelunternehmung zeigt uns, dass CD aus dem Arbeitseinkommen besteht. Es ist dies der Unternehmerlohn, als Entschädigung für die Dienste des Unternehmers. Dies ist demnach überhaupt kein Gewinn, sondern Einkommen. BC enthält das Kapitaleinkommen, Zins und Risikoprämie für das eigene Kapital. Daneben aber auch den Zins und die Risikoprämie für fremdes Kapital. Solange sich diese Entschädigungen in einer angemessenen Höhe bewegen, kann man auch da nicht von einem Gewinn, sondern nur von einem Einkommen für den Geldgeber sprechen. Infolgedessen ist der Normalgewinn überhaupt kein Gewinn, sondern nur Einkommen aus Kapital und Arbeit für den Unternehmer selbst und den Geldgeber für das zur Verfügung gestellte Kapital. BC plus CD stellt das Einkommen dar. Bei der A. G. wird man nie in eine solche Verlegenheit der Bezeichnung geraten, da die Gehälter als eine feste Summe verbucht werden und nie unter Gewinn fallen. Daraus ergibt sich, dass der Angebotspreis alle den Preis bildenden Faktoren enthält, so dass die Differenz zwischen dem Monopolpreis und diesem einen Ausnahmegewinn, den Monopolgewinn, darstellt. Der Angebotspreis bei Marshall enthält also die normalen Produktionskosten der einzelnen Angebotsmengen. Diese normalen Produktionskosten enthalten ausser den Herstellungskosten immer noch den Zins von sämtlichen Kapitalien, mögen sie vom Unternehmer selbst oder von fremden Personen stammen (CD), ferner die Gehälter (BC). AB plus BC plus CD sind nach unserer Darstellung die normalen Produktionskosten. Der Nachfragepreis bei Marshall ist der Verkaufspreis, der bei ihm bestimmt wird durch den Wert, den die einzelnen Käuferschichten dem Gute beimessen, d. h. den sie zu zahlen bereit sind.

Diese Ausführungen zeigen uns, dass man sich bewusst sein muss, ob man von einer privatwirtschaftlichen oder volkswirtschaftlichen Betrachtung der Kosten ausgeht. Privatwirtschaft-

lich bezeichnet man als Kosten nur die tatsächlich bezahlten Kosten, nicht aber den Lohn für die eigene geleistete Arbeit und den Zins für das eigene Kapital. Für die volkswirtschaftliche Betrachtungsweise fallen diese Faktoren ebenfalls unter die Produktionskosten, und erst ein Ueberschuss darüber hinaus kann als Gewinn bezeichnet werden.

§ 8. Der Monopolpreis beim Angebotsmonopol

Ein Angebotsmonopol liegt dann vor, wenn das gesamte Angebot oder doch der grösste Teil desselben von einem Wirtschaftssubjekt ausgeht, so dass dieses die Möglichkeit besitzt, durch einseitige Bestimmung der abzusetzenden Menge oder des Preises den Marktpreis zu beeinflussen.[1]) Als Monopolpreis ist jeder Preis zu betrachten, der durch Monopolwillen über die Konkurrenzlage hinaus gehoben wird.[2]) Nach Casper[3] gehören Monopolpreisforderung und Optimalpreis nicht unbedingt zusammen. Der Optimalpreis wird berechnet unter Berücksichtigung der Angebots- und Nachfrageelastizität. Er ist, wie schon Liefmann[4]) ausführte, das Ergebnis einer rein isolierten preistheoretischen Betrachtung.

In einer Gesamtbetrachtung der Volkswirtschaft müssen, neben dem Streben des Monopolisten nach dem grösstmöglichen Gewinn und der Berücksichtigung der Bedürfnisskalen und der Kaufkraft der Konsumenten[5]), noch andere, gegen das Monopol gerichtete Kräfte in Betracht gezogen werden. Die Berücksichtigung dieser Kräfte führt zu einem Monopolpreis auf lange Dauer, dem ein modifiziertes Gewinnstreben zugrunde liegt. Der Optimalpreis ist nach Schneider[6]) und Caspar[7]) ein rein theoretischer Grenzfall. Damit ist aber nicht etwa die Nutzlosigkeit der Behandlung des Optimalpreisproblems bewiesen, sondern wie Wolfers[8]) richtig sagt, dient diese zum bessern

[1]) Mayer, Handw. d. Staatsw. Casper, Theorie, S. 514.
[2]) Wolfers, Das Kartellproblem, S. 37. Mises, S. 378.
[3]) Casper, Theorie, S. 527.
[4]) Liefmann, Theorie des Monopolpreises, S. 126.
[5]) Wieser, S. 151 ff.
[6]) Schneider, S. 5.
[7]) Casper, Theorie, S. 527.
[8]) Wolfers, Das Kartellproblem, S. 36.

Verständnis des Monopolpreises auf lange Dauer und der Monopoltheorie überhaupt. Wir werden daher im folgenden diese beiden Probleme gesondert behandeln.

I. Der Optimalpreis

Als Optimalpreis ist jener Preis zu bezeichnen, bei dem der Gewinn pro Einheit, multipliziert mit der abgesetzten Menge, ein Maximum wird. Zu seiner Bestimmung sind nur die Angebots- und Nachfragekurven notwendig. Alle übrigen Konkurrenzkräfte, die dem Monopol auf die Dauer entgegenwirken, werden ausser acht gelassen. Sofern wir einen statischen Zustand vor Augen haben, ist die Surrogatkonkurrenz schon in der Nachfragekurve enthalten [9]). Es handelt sich demnach um ein vollständiges Monopol im Sinne Mayers (Casper nennt es unbegrenztes Monopol, da keine Konkurrenz irgendwelcher Art vorhanden ist). Verschiedene Autoren [11]) weisen nun auf die Tatsache hin, dass der Monopolist in der Lage sei, eine Differenzierung der Preise vorzunehmen, so dass für die verschiedenen Nachfrageschichten verschiedene Gewinnmaxima entstehen. Aus diesem Grunde treffen wir die Unterscheidung in einen einheitlichen Monopolpreis und einen differenzierten Monopolpreis.

A. Der einheitliche Monopolpreis.

Der Monopolist steht einem einheitlichen Markte gegenüber, den er nicht in Teilmärkte aufspalten kann. Alle Nachfragenden müssen ihm einen einheitlichen Preis bezahlen. Mayer [12]) leitet sein Gesetz des optimalen Monopolpreises ab vom einfachsten Fall, dass ein Monopol mit gegebenem Gütervorrat vorhanden ist. Der Verkäufer verfügt über den gesamten Vorrat, ohne irgendwelche Produktionsaufwendungen machen zu müssen. Diesem Wirtschaftssubjekt steht eine Mehrheit von Nachfragenden gegenüber, die sich gegenseitig konkurrenzieren. Genau wie bei der Konkurrenzpreisbildung können diese Nachfragenden nach ihrer Kaufkraft und Bedürfnisstärke eingeteilt wer-

[9]) Tismer, S. 93.

[11]) Mises, S. 358. Wieser, S. 34. Casper, Theorie des Monopolpreises, S. 518. Mayer, Handw. d. Staatsw., Art. „Monopolpreis".

[12]) Mayer: Handw. d. Staatsw.

den. Da dem Verkäufer keinerlei Produktionskosten erwachsen, so ist der Gesamterlös dem Monopolgewinn gleichzusetzen. Das Streben nach grösstmöglichem Gewinn vorausgesetzt, wird der Monopolist den Preis so festsetzen, dass dieser, mit der abgesetzten Menge multipliziert, ein Maximum an Einnahme abwirft. Mayer sucht dies so darzustellen, dass er der Reihe steigender Angebotsmengen die fallenden Preise gegenüber setzt. An Hand eines vereinfachten Beispiels wollen wir dies darlegen:

Menge	Preis	Gesamterlös
100	10	1'000
200	8	1'600
300	*6*	*1'800*
400	4	1'600
500	3	1'500

Wir sehen, dass der Monopolist, um den grössten Gewinn zu erhalten, den Preis 6 und die Menge 300 wählen muss.

Während also bei Konkurrenz der gesamte Vorrat auf den Markt gelangt, kann beim Monopol eine Zurückhaltung zum Zwecke der Preisbeeinflussung erfolgen. Der Monopolist besitzt die Macht, die Absatzmenge von der Vorratsmenge verschieden zu gestalten[14]). Wo der günstigste Preis liegt, hängt vom Umfange der einzelnen Nachfrageschichten und der Grösse ihrer Abstände in der Aufeinanderfolge ab. Beides wird bestimmt durch die Verbreitung des durch das Monopolgut zu befriedigenden Bedürfnisses, durch die individuelle Bedürfnisskala, die es aufweist, und durch die Art der Verteilung der Kaufkraft. Je steiler die Bedürfniskurve ist, desto höher wird natürlich der Preis sein. Wesentlich ist dabei, dass der Monopolist, sofern er sich vom Ertragsstreben leiten lässt, die vorteilhafteste Kombination wählt, unbekümmert darum, ob die Nachfrage dabei besser oder schlechter fährt[15]). Wie gesagt, ergibt sich für den Monopolisten der Optimalgewinn, die vorteilhafteste Kombination von Menge mal Preis, durch Abtasten des Marktes, wobei ihm seine Markterfahrung helfen wird. Ob

[14]) Wieser, S. 151 ff. Mayer, Casper, Theorie, S. 517.

[15]) Wieser, S. 275.

sich die Gewinnaussichten besser stellen bei hohem Absatz und niedrigem Gewinn oder umgekehrt, darüber geben ihm die Schichtungslinien der Kaufkraft und die Bedürfnisskala Auskunft. Fallen diese Grössen allmählich, so gestaltet sich der Absatz einer grössern Menge am einträglichsten. Fallen sie dagegen stark, so ist der Absatz einer kleinen Menge vorteilhafter, gibt also mehr der Preis den Ausschlag [16]).

Auf Grund dieser Verhältnisse formulierte nun Mayer seine Monopolpreisdefinition wie folgt: „Monopolpreis ist jener Preis, dessen Erhöhung eine Verminderung der nachgefragten Menge in stärkerem Verhältnisse als dem der Preiserhöhung, und damit eine Verminderung des Gesamterlöses herbeiführen würde, und dessen Senkung eine Vergrösserung der abgesetzten Menge in schwächerem Verhältnisse, als das Verhältnis der Preissenkung beträgt, herbeiführen würde, was wieder mit einer Minderung des Gesamterlöses identisch ist." Dieser Preis kann nur zustande kommen unter Berücksichtigung der Nachfrage, wobei die Elastizität eine ausschlaggebende Rolle spielt.

a) Die Nachfrageelastizität.

Schon Wicksell [17]) legte seinen Untersuchungen die Erfahrung zugrunde, wonach eine Preiserhöhung meist eine Verminderung der Nachfrage nach sich zieht. Solange nun diese Abnahme in verminderter Proportionalität erfolgt, als der Gewinn pro Einheit steigt, ergibt sich immer noch eine Steigerung des Nettogewinnes. Erst bei stärkerer Abnahme tritt ein Verlust ein. Den Optimalpreis sieht er an dem Punkte, an dem die eine Bewegung in die andere übergeht.

Casper [18]) weist darauf hin, dass die Absatzmenge bei einer Monopolpreissteigerung zurückgehe, und dadurch der höhere Stückgewinn in Konkurrenz gerate mit der Menge derselben, die mit der Höhe des Stückgewinnes abnehme. Die Erreichung des Maximums (Stückgewinn mal abgesetzte Menge) wird je nach der Elastizität der Nachfrage verschieden sein. Je elastischer die Nachfrage, desto eher wird dieser Punkt erreicht.

---

[16]) Amonn, Grundzüge, S. 180, Wieser, S. 276 und Mayer.

[17]) Wicksell, S. 143 ff. Ebenso Halm, Monopolistische Bestrebungen der Gegenwart, S. 689.

[18]) Casper, Theorie des Monopolpreises, S. 518.

Diese Elastizität selbst hängt wiederum von der Dringlichkeit des Monopolgutes ab. Bis hierher haben wir stets den Fall der kostenlosen Produktion vor Augen gehabt und gefunden, dass dann die Elastizität der Nachfrage für den Maximalgewinn bestimmend ist. Bei Kostenproduktion muss als zweiter Bestimmungsgrund die Elastizität des Angebots berücksichtigt werden.

b) Die Angebotselastizität.

Es handelt sich um die Frage der Gestaltung der Produktionskosten pro Einheit bei verschiedenen Erzeugungsmengen. Dobretsberger[19]) sieht hier als Aufgabe der Monopolpreistheorie, zu zeigen, bei welchen Verhältnissen von Angebotsmenge und erzielbarem Stückpreis sich unter Berücksichtigung des Gesetzes der abnehmenden, gleichbleibenden oder zunehmenden Kosten die maximale Chance des Gesamterlöses ergibt. Je nach der Kostengestaltung ergeben sich verschiedene Lagen für den Optimalpreis. Durch die Produktionseinschränkung kann eine Kostensteigerung per Stück erfolgen, die im Grenzfalle die Gewinnerzielung per Stück überkompensieren kann, weshalb öfters von einer Konkurrenz der Produktionskosten die Rede ist.[20]). Es gibt einen Punkt, bei dem die Steigerung des Gewinnes in die entgegengesetzte Richtung umschlägt. Mises[21]) nennt den Preis, dessen Erhöhung einen derartigen Absatzrückgang nach sich zieht, dass der erzielte Mehrerlös nicht mehr hinreicht, um den Ausfall durch Absatzrückgang zu decken, einen Konkurrenzpreis. Diese Aussage ist sehr ungenau. Massgebend für den Optimalpreis sind der Gesamtgewinn und die Gesamtkosten. Nach Casper[22]) ist ein Monopol ohne Monopolgewinn nur dann vorhanden, wenn die Gesamtkosten bei jedem Preise den Erlös überkompensieren, so dass auch der Gesamtgewinn sinkt.

Der wesentliche Unterschied zwischen Monopol und Konkurrenz besteht darin, dass der Monopolist die Macht besitzt, den Preis dauernd über den Produktionskosten zu halten, wäh-

[19]) Dobretsberger, Konkurrenz und Monopol, S. 23.
[20]) Mayer, Handw. d. Staatsw.
[21]) Mises, S. 359 f.
[22]) Casper, Theorie, S. 519.

rend bei Wettbewerb die Tendenz besteht, durch Ausdehnung der Produktion den Preis auf die Dauer denjenigen Kosten anzugleichen, welche für die Erzeugung der jeweiligen Grenzschicht aufgewendet werden müssen [23]).

Die Grösse des Angebotes lässt sich nach dem Umfange der Produktion bestimmen, bei der ein maximaler Gewinn erreicht wird. Ausschlaggebend ist die Nachfrage- und Angebotselastizität [24]). Sie ermöglicht erst den Optimalpreis. Auf den ersten Blick könnte man glauben, jede Verminderung der Angebotsmenge habe einen Verlust am Gesamterlös zur Folge. Dem ist aber nicht so, solange der erhöhte Preis den Verlust übersteigt oder deckt. Wird allerdings die Menge in einem stärkeren Verhältnisse eingeschränkt als der Preis steigt, so vermindern sich die Roheinnahmen. Für den Monopolisten ist nun aber nicht die Roheinnahme massgebend, sondern der höchste Reingewinn.

Mayer hat ein Schema aufgestellt, in dem er die monopolistische Produktion mit verschiedenem Verhalten der Produktionskosten darstellt und das jeweilige Gewinnmaximum errechnet. Wir wollen dieses Schema aufteilen und in einer etwas vereinfachten Form betrachten.

1. Konstante Stückkosten

Preis	Menge	Kosten pro Einheit	Gewinn pro Einheit	Gesamterlös	Gesamtgewinn
40	1000	12	28	40'000	28'000
32	2000	12	20	64'000	40'000
26	*3000*	*12*	*14*	*78'000*	*42'000*
20	4000	12	8	80'000	32'000
15	5000	12	3	75'000	15'000

Der grösste Gewinn wird hier beim Preis 26 und einer Menge 3000 erzielt. Wir sehen deutlich, dass das Preisoptimum weder identisch ist mit dem Preis, der die höchsten Bruttoeinnahmen ergibt, noch mit dem Preis, bei dem die Absatzmenge das Kostenminimum zulässt. Allgemein kann gesagt werden, dass wenn die Kosten pro Einheit gleich bleiben, trotz grösserer

[23]) Vgl. das Beispiel von Barone in § 7.
[24]) Marshall, S. 462.

oder kleinerer Produktion, die Gesamtkosten proportional der Produktionsgrösse verlaufen. Die Produktionskosten wirken somit nicht auf den Preis und die Produktionsmenge. Sie bilden einzig und allein die untere Grenze, unter die der Preis nicht sinken darf. Konstante Kosten nötigen zur möglichst hohen Ausnutzung der Produktionskapazität.

2. Abnehmende Stückkosten

Abnehmende Kosten werden dadurch ermöglicht, dass trotz der Zunahme der Erzeugung die Generalkosten nicht steigen oder wenigstens nicht proportional der Produktionserweiterung steigen. Dadurch können diese Kosten auf mehr Einheiten verteilt werden. Die speziellen Kosten (Löhne) erhöhen sich nur porportional der Produktionsausdehnung. Im Ganzen nehmen aber die Kosten pro Produktionseinheit ab. Dies ist aus folgendem Schema ersichtlich:

Preis	Menge	Kosten pro Einheit	Gewinn pro Einheit	Gesamterlös	Gesamtgewinn
40	1000	12	28	40'000	28'000
32	2000	10	22	64'000	44'000
26	3000	8	16	78'000	48'000
20	*4000*	*6*	*14*	*80'000*	*56'000*
15	5000	4	11	75'000	55'000

Der günstigste Preis ist hier niedriger als bei Produktion mit konstanten Kosten, so dass die abgesetzte Menge vergrössert wird.

3. Zunehmende Stückkosten

Preis	Menge	Kosten pro Einheit	Gewinn pro Einheit	Gesamterlös	Gesamtgewinn
40	1000	12	28	40'000	28'000
32	*2000*	*12½*	*19½*	*64'000*	*39'000*
26	3000	13¼	12¾	78'000	38'950
20	4000	13½	6½	80'000	26'000
15	5000	14	1	75'000	5'000

Wir sehen hier, dass der Optimalpreis höher ist, als in den zwei vorhergehenden Fällen, dafür verringert sich jedoch die

abgesetzte Menge. In Wirklichkeit sind zunehmende Kosten eine Seltenheit. Nach Mayer besteht die Voraussetzung der zunehmenden Kosten darin, dass eines der mitwirkenden Produktionsmittel nicht, oder nicht im gleichen Verhältnis, vermehrbar ist wie die andern komplementären Produktionsmittel (z. B. seltene Rohstoffe). Kann die Produktion von einem bestimmten Punkte an nur durch intensive Ausnutzung des spezifischen Produktivmittels erhöht werden, dann vergrössern sich auch die Kosten der übrigen Produktionsmittel pro Produkteinheit.

Der Monopolist muss, um einen maximalen Gewinnpreis zu erzielen, nicht nur die Kostenentwicklung bei verschiedenem Produktionsumfang, sondern auch den Grad der Elastizität der Nachfrage nach der betreffenden Ware berücksichtigen.

Was bedeutet nun der Begriff der Elastizität der Nachfrage? Genauer ausgedrückt, was verstehen wir unter „elastischer" und „unelastischer" Nachfrage? Mit diesen Begriffen als solchen ist nicht viel anzufangen, vor allem ist es schwierig, sie exakt voneinander abzugrenzen. Seit Marshall [25]) werden deshalb allgemein, in bezug auf die Nachfrage, die Begriffe „elastisch" und „unelastisch" an Hand von Zahlen näher umschrieben und besonders dadurch ein Trennungsstrich zwischen „elastisch" und „unelastisch" gezogen. In diesem Sinne nennt man

1. die Nachfrage elastisch, wenn die Elastizität grösser als 1 ist, d. h. wenn ein Herabsetzen des Preises um 10% eine Vermehrung der nachgefragten Mengen um mehr als 10 %, und umgekehrt, ein Erhöhen des Preises um 10% eine Verminderung der nachgefragten Mengen um mehr als 10 % zur Folge hat. Durch ein Herabsetzen des Preises wird deshalb gewöhnlich der Gesamterlös (Preis mal Menge) steigen, bei einem Erhöhen aber fallen.

2. Die Nachfrage ist unelastisch, wenn die Elastizität geringer als 1 ist, d. h. wenn eine Ermässigung des Preises um 10 % eine Erhöhung der nachgefragten Mengen um weniger als 10 % herbeiführt und umgekehrt, eine Steigerung des Preises um 10 % eine Verringerung der nachgefragten Mengen um weniger als 10 % bewirkt. Der Gesamterlös wird

[25]) Marshall, Industry and Trade, 1923, S. 186.

also im ersten Falle langsamer steigen als der Preis fällt und im zweiten Falle schneller sinken als der Preis steigt.

3. Die Nachfrageelastizität ist gleich 1, wenn bei einem Preisfall von 10 % die nachgefragten Mengen ebenfalls um 10 % zunehmen und bei einer Preiserhöhung von 10 % die nachgefragten Mengen um 10 % abnehmen. In beiden Fällen bleibt der Gesamterlös im ganzen konstant, da die abgesetzte Menge multipliziert mit dem Preis immer das gleiche Produkt ergibt. Taussig[26]) und Cassel[27]) sprechen hier von der Einheit der Elastizität.

Wenn wir von den Verhältnissen auf der Angebotsseite absehen, so ist die Situation für den Monopolisten in seinem Bestreben, den Maximalgewinnpreis zu realisieren, um so günstiger, je geringer die Elastizität der Nachfrage ist. Bei dem theoretischen Grenzfall einer Nachfrageelastizität von Null, wo also bei beliebig hohen und bei beliebig niedrigen Preisen immer die gleichen Mengen nachgefragt werden, wird sich der im Besitze eines vollständigen Monopols befindliche Monopolist in seiner Preispolitik überhaupt keine Zurückhaltung auferlegen müssen, und sein Gewinn wird bei den höchsten Preisen auch am grössten sein. Dieser aus der reinen Theorie entnommene Fall kommt natürlich praktisch nicht vor. Die Nachfrage ist immer nur innerhalb bestimmter Grenzen unelastisch.[28])

Je grösser dagegen die Nachfrageelastizität ist, um so geringer sind auch die Möglichkeiten einer Preissteigerung für den Monopolisten. Unter der theoretischen Annahme einer Elastizität der Nachfrage gleich 2, d. h., wenn die nachgefragten

---

[26]) Taussig, Principles I., S. 139.

[27]) Cassel, Neuere monopolistische Tendenzen in Industrie und Handel, S. 66.

[28]) Beispiele einer relativ starren Nachfrage sind an Fertigprodukten das Brot, an Rohstoffen der Kautschuk. Denn der Kautschuk ist mit Ausnahme von vielleicht 5 bis 7 Prozent des Gesamtverbrauchs niemals die hauptsächliche Substanz eines durch Be- oder Verarbeitung gewonnenen neuen Produkts (Chirurgische Artikel, Gummischuhe u. a.), sondern lediglich ein Hilfsstoff, der einen wertmässig nur unbedeutenden Bruchteil der Substanz des Endproduktes darstellt, und dessen Wert daher nur wenig beeinflusst (80 bis 85 Prozent der Kautschukerzeugung konsumiert die Autoindustrie, und am Werte eines Wagens macht der Gummi nur etwa 1 bis 2 Prozent aus.)

Mengen bei einer Preiserhöhung um das Doppelte abnehmen, kann ein über den Kostenpreis hinausgehender Gewinn überhaupt ganz unmöglich werden.

Wie der Monopolist praktisch seine Produktions- und Preispolitik zur Erzielung des höchsten Monopolgewinnes einrichtet, hängt natürlich, wie schon erwähnt, von der Kostengestaltung bei verschiedenen Erzeugungsmengen ab.

Nach Kaufmann[29]) lassen sich über die durch die Kostenentwicklung bestimmten Ertragskurven folgende Angaben machen: Eine Industrie steht unter zunehmendem Ertrag, wenn mit einer Ausdehnung der Produktion die durchschnittlichen Stückkosten sinken; sie steht unter abnehmendem Ertrag, wenn die Kosten bei einer Ausdehnung der Produktion steigen; unter konstantem Ertrag, wenn die Kosten pro Stück bei Ausdehnung oder Einschränkung der Produktion sich überhaupt nicht ändern.

Diese verschiedenen Möglichkeiten der Kostengestaltung müssen nun in Beziehung gesetzt werden zur Nachfrageelastizität. Die Chancen, durch Einschränkung der Produktion einen hohen Monopolgewinn zu erzielen, sind für den Monopolisten dann am besten, wenn die Elastizität geringer als 1 ist und der betreffende Produktionszweig unter abnehmendem Ertrag steht. Steht der Produktionszweig unter dem Gesetz des konstanten Ertrags, so sind die Chancen für den Monopolisten natürlich besser bei einer Elastizität kleiner als 1, als bei einer Elastizität gleich 1 oder grösser als 1. Die Aussichten für den Monopolisten, durch Einschränkung der Produktionsmenge einen Gewinn zu machen, sind am geringsten, wenn in einem Produktionszweig das Gesetz vom zunehmenden Ertrag herrscht, denn hier erhöht jede Produktionseinschränkung die durchschnittlichen Stückkosten. Immerhin kann es hier trotzdem ratsam erscheinen, die Produktion einzuschränken, wenn eine geringe Elastizität der Nachfrage vorhanden ist, und auf diese Weise die Kostensteigerung durch eine entsprechende Preissteigerung überkompensiert wird. Ist die Nachfrageelastizität gross, so sind

[29]) Kaufmann, Beiträge zur Lehre von der Monopolpolitik und der staatlichen Monopolkontrolle, Diss. Hamburg 1928, S. 40 ff. Casper, Theorie, S. 519.

die Chancen sehr gering, durch Produktionseinschränkung einen Monopolgewinn zu erzielen.

B. Der differenzierte Monopolpreis.

Die verschiedenen Schriftsteller[30]) weisen übereinstimmend darauf hin, dass der maximale Gewinn des Monopolisten eine Steigerung erfährt, wenn es diesem gelingt, den Markt in Teilmärkte zu gliedern und auf diesen zu verschiedenen Preisen abzusetzen, so dass die Kaufkraft der einzelnen Schichten ausgenutzt werden kann. Wieser[31]) nennt es die Klassifikation der Nachfrage. Von jeder Schicht kann ein Maximalgewinnpreis verlangt werden. Dadurch erweitert sich der Spielraum um das Monopol auszunutzen.

Eine solche Teilung kann in bestimmten Fällen zu einem Ausgleich der Einkommen führen. Während bei Wettbewerb ein einheitlicher Preis besteht, die Nachfragenden mit grösserer Kaufkraft nur den Preis der Grenzschicht der Käufer bezahlen müssen und auf diese Weise eine Konsumentenrente erhalten (Differentialrente des Käufers), wird dieselbe bei einer Teilung des Marktes zum Verschwinden gebracht, wodurch der Monopolist seinen Gewinn steigern kann. Dieser Konsumentengewinn wird dem Konsumenten nicht in realem Gelde ausbezahlt, sondern er bedeutet nur den Vorteil, der ihm dadurch zukommt, dass er eine gewisse Geldmenge nicht auszugeben braucht.

Die günstigste Lage für den Monopolisten wäre die, wo er jedem Käufer denjenigen Preis verlangen könnte, den dieser zu zahlen bereit wäre. Dies ist nur möglich, wenn der Preis eines jeden Käufers unbeeinflusst bleibt von den Preisen der übrigen verkauften Einheiten.[32]) Jede Einheit müsste streng an den ihr zukommenden Markt gebunden sein, und weder das Angebot noch die Nachfrage dürften wandern. Diese Annahme ist als blosser theoretischer Grenzfall zu bewerten. Immerhin verfügt der Monopolist über Mittel zu einer gewissen Differenzierung. Er kann seinen Gewinn durch eine zeitliche oder lokale Marktteilung zu steigern suchen.

[30]) Mayer. Ebenso Wieser, S. 34. Casper, S. 518. Mises, S. 358.
[31]) Wieser, S. 34.
[32]) Kaufmann, S. 45 f.

a) Zeitliche Teilung des Marktes.

Es erfolgt ein sukzessiver Absatz der Mengen zu abnehmenden Preisen. Zuerst werden die Käufer mit dringenderem Bedürfnis und grosser Kaufkraft befriedigt, und zwar zu den höchsten Preisen. Dann erst erfolgt der Absatz zu geringeren Preisen an die weniger kaufkräftigen Käufer. Dadurch ist es möglich, für jede Schicht einen Optimalpreis zu bestimmen. Wieser[33]) erwähnt das Beispiel eines Verlegers, der zuerst teure Exemplare eines Buches verkauft und dann erst zur Herausgabe von Volksausgaben schreitet. (Aehnlich die Gewährung von Vor- und Nachsaisonpreisen in der Hotelindustrie). Auf diese Weise sucht man die Eitelkeit und Vorurteile, sowie die Unkenntnis der Konsumenten auszunutzen.[34])

b) Lokale Teilung des Marktes.

Der Monopolist verkauft in verschiedenen Gebieten zugleich, aber zu verschiedenen Preisen. In der Praxis wird dazu häufig das Mittel einer kleinen Verschiedenheit in bezug auf die Qualität oder die Verpackung benutzt.

Wie die folgende Darstellung zeigt, ist es bei einer derartigen Preisdifferenzierung absolut möglich, dass der Monopolist eine bestimmte Menge unter den Produktionskosten verkauft, ohne dadurch eine Gewinneinbusse zu erleiden, ja daraus oft sogar noch eine Gewinnsteigerung erzielt. Der Verlust wird durch die über den Produktionskosten verkaufte Menge überkompensiert. Der Grund zu einem solchen Vorgehen kann darin liegen, dass durch die Mehrproduktion die Einheitskosten gesenkt werden.

Preis	Menge	Rohertrag	Kosten pro Stück	Gesamtkosten	Gewinn pro Stück	Gesamtgewinn
40	1000	40'000	12	12'000	28	28'000
32	2000	64'000	10	20'000	22	44'000
26	3000	78'000	8	24'000	18	54'000
20	*4000*	*80'000*	*6*	*24'000*	*14*	*56'000*
15	5000	75'000	5	25'000	10	50'000
12	6000	72'000	6	36'000	6	36'000

Der maximale Gewinn wird erreicht beim Preis 20, wo sich

[33]) Wieser, S. 34 ff.

[34]) Barone, S. 178.

der Umsatz auf 4000 beläuft. Die Produktionskapazität ist aber nicht voll ausgenützt, denn erst bei der Produktion von 5000 zum Preise von 15 würde der Monopolist das Kostenminimum erreichen. Jede Unternehmung besitzt einen solchen günstigsten Beschäftigungsgrad, der die vorteilhafteste Kombination der zur Verfügung stehenden Betriebsmittel darstellt. Untersuchen wir einmal, was für Folgen es mit sich bringen würde, wenn der Monopolist 5000 Stück zum Kostenminimum erzeugt, einen Teil davon aber zu einem billigeren Preis abzusetzen sucht.

Absatz		Kosten
4000 Stück zu Fr. 20.—	= Fr. 80'000.—	5000 Stück zu Fr. 5.—
1000 „ „ „ 4.50	= Fr. 4'500.—	ergeben Fr. 25'000.—
	Fr. 84'500.—	
./. Kosten	Fr. 25'000.—	
	Fr. 59'000.—	

Trotz des Absatzes von 1000 Stück zu Verlustpreisen, erhöht sich der Gewinn des Monopolisten. Erfolgt ein derartiger Verkauf zu billigeren Preisen im Ausland, so spricht man von einem Dumping. Ein solcher Verkauf geht absolut nicht immer zu Lasten der inländischen Konsumenten, wie das Beispiel zeigt. Im Gegenteil ist es sogar möglich, dadurch die Inlandspreise zu verbilligen.

Darin zeigt sich, dass der Monopolist weder an das Gesetz der Preiseinheit noch an das Kostengesetz gebunden ist.[35]) Nicht vergessen darf man aber, dass das Monopolgut nur ein Gut neben vielen anderen ist, und es für die vollständige Ausnutzung darauf ankommt, dass es nicht leicht entbehrlich ist und nicht durch Surrogate ersetzt werden kann.[36]) Ist dies jedoch der Fall, so ist entscheidend, ob der Monopolinhaber die Menge einschränkt, ausdehnt oder durch Herabsetzung des Preises die Nachfrage zu erhalten sucht. Die Einheit des Willens ist völlig bedeutungslos, wenn das Monopolgut keinerlei Bedeutung für die Verbraucher besitzt.

Wie schon erwähnt, gibt es solche vollständige Angebotsmonopole nur äusserst selten. Durch den Stand des Transport- und Verkehrswesens und die Produktionsmöglichkeiten und

[35]) Mayer. Casper, Theorie, S. 518 und Wieser, S. 375.
[36]) Mises, S. 375.

Angebotsverhältnisse wird es verunmöglicht. Das Wirtschaftsleben ist zu stark verschlungen. Immerhin ist es nicht ausgeschlossen, dass ein solches Monopol unter gewissen Bedingungen bestehen kann. Am ehesten möglich wäre dies noch bei rechtlich verliehenen oder gesetzlich geschützten Monopolen oder bei einem Monopol, welches über das gesamte Vorkommen eines spezifisch wichtigen Produktes verfügt.

II. Die Marshallsche Bestimmung des optimalen Monopolpreises auf rechnerischer Grundlage

Marshall [37]) versucht, durch Berechnung der verschiedenen Angebotspreise bei verschiedenen Produktionskosten und Verkaufsmengen und den entsprechenden Nachfragepreisen, das Monopolpreisoptimum zu bestimmen. Den Nachfragepreis lässt er bestimmt sein durch den Preis, den die einzelnen Käuferschichten zu zahlen bereit sind, so dass nach seinen Ausführungen Nachfragepreis und Verkaufspreis als identisch zu betrachten sind. Als rechnerische Grundlage wird eine konstante Marktlage und eine konstante Betriebsführung angenommen. Durch eine Gegenüberstellung der einem gewissen Quantum entsprechenden Nachfrage- und Angebotspreise, und der Subtraktion jedes Angebotspreises vom entsprechenden Nachfragepreis, gelangt er zu seiner Monopoleinnahmetabelle. Der Angebotspreis entspricht den gesamten Produktionskosten. Die Monopoleinnahmetabelle besagt nichts anderes, als: Preis pro Einheit, minus Kosten pro Einheit, ergibt die Reineinnahme pro Einheit.

I. Verkaufsmenge 80 000 Stück.

Nachfragepreis		= 3.45	pro	Stück
Angebotspreis		= 3.—	„	„
Monopolgewinn		=—.45	„	„
Gesamtmonopolgewinn	—.45 mal 80 000	= 36 000		

II. Verkaufsmenge 70 000 Stück.

Nachfragepreis		= 3.65	pro	Stück
Angebotspreis		= 3.15	„	„
Monopolgewinn		=—.50	„	„
Gesamtmonopolgewinn	—.50 mal 70 000	= 35 000		

[37]) Marshall, S. 16.

III. Verkaufsmenge 95 000 Stück.

Nachfragepreis	= 3.35	pro	Stück
Angebotspreis	= 3.—	„	„
Monopolgewinn	=—.35	„	„
Gesamtmonopolgewinn	—.35 mal 95 000	=	33 250

Das Monopolpreisoptimum liegt bei Fr. 3.45 und einer Verkaufsmenge von 80 000 Stück. Der Monopolist erhält zu diesem Preise 1000 Fr. mehr Gewinn als bei Fr. 3.65, und 2750 Fr. mehr als bei Fr. 3.35 pro Stück.

Unter der Voraussetzung der funktionellen Abhängigkeit von Menge und Monopolpreis würde der Monopolist seine ganze Monopoleinnahme verlieren, wenn er eine so grosse Menge für den Markt produzieren würde, dass deren Angebotspreis dem Nachfragepreis gleich käme. Also muss diejenige Menge, die den optimalen Preis liefert stets kleiner sein. Es könnte daher der Eindruck erweckt werden, das Produktionsquantum unter einem Monopol sei immer kleiner, dafür aber der Preis höher, als bei Konkurrenz. Dies ist jedoch nicht der Fall. Marshall erwähnt, dass, wenn die Gesamtproduktion in den Händen einer Gesellschaft liege, die Gesamtkosten im allgemeinen kleiner sind, als wenn dieselbe Produktion unter einer Vielheit relativ kleiner konkurrierender Produzenten verteilt ist. In dieser absoluten Allgemeinheit trifft es aber nicht zu, denn es kommt stets darauf an, ob sich das Gut zu einer Massenproduktion eignet oder nicht.

III. Das Monopolpreisoptimum auf mathematischer Grundlage

Barone[38]) geht von der Tatsache aus, dass der Monopolist die Erzeugungsmenge und den Preis so festlegt, dass sich aus dem Produkt von Preis und Erzeugungsmenge ein maximaler Gewinn ergibt. Wir wollen hier versuchen, in Worten zu umschreiben, wie Barone auf Grund einer graphischen Darstellung den Monopolpreis auffindet.

Der Monopolist sieht sich wie überdies jeder Anbieter einer bestimmten Nachfragekurve gegenüber, die von links nach rechts fallende Tendenz hat, d. h. zu höheren Preisen werden kleinere Mengen und zu niedrigeren Preisen grössere Mengen ab-

[38]) Barone, S. 176 ff.

gesetzt. Jedem Preise entspricht deshalb eine bestimmte absetzbare Menge und umgekehrt aus dem Produkt von Preis mal Menge resultiert ein bestimmter Gesamterlös oder eine bestimmte Gesamteinnahme des Monopolisten. Mit abnehmenden Preisen werden durch die Absatzsteigerung anfänglich grössere Gesamteinnahmen erzielt. Die Kurve der Gesamteinnahmen erreicht somit bei einem bestimmten Preise und der ihr zugeordneten Angebotsmenge ihr Maximum und nimmt nachher wieder ab. Die Ordinaten dieser Kurve stellen die jeweiligen Gesamterlöse dar.

Der Kurve der Gesamteinnahmen muss aber zur Bestimmung des Monopolpreises und des Gewinnmaximums noch die Kurve der Gesamtkosten gegenübergestellt werden, da das Angebot Kosten verursacht. Diese Kurve der Gesamtkosten steigt zwar mit zunehmender Produktion immer mehr, nimmt aber, entsprechend ihrer Zusammensetzung in fixe und variable Kosten, auf die Produktionseinheit berechnet bis zu einer bestimmten Erzeugungsmenge ab, um dann nachher wieder zu steigen. Man könnte deshalb auch unterscheiden zwischen Gesamtkosten, die sich mit wachsender Produktion erhöhen und Durchschnittskosten (Gesamtkosten dividiert durch die Erzeugungsmenge), die mit zunehmender Erzeugung zunächst sehr stark sinken, dann kurze Zeit konstant bleiben und später steigen.

Aus der Kurve der Gesamteinnahmen und der Gesamtkosten ergibt sich dann die Gewinnkurve als Unterschied zwischen den Gesamteinnahmen und den Gesamtkosten. Jeder Abszisse dieser Kurve entspricht als Ordinate der Gewinn. Da der Monopolist den Monopolpreis so festsetzt, dass sich ein Maximum an Gewinn ergibt, wird der Monopolpreis in dem Punkte zu liegen kommen, wo der grösste Unterschied zwischen dem Verkaufserlös und den Gesamtkosten vorhanden ist.

Nach Marshall[39]) erstrebt der Monopolist das Monopolpreisoptimum, d. h. den optimalen Preis, der das Preismaximum darstellt und dem Monopolinhaber den optimalen bzw. maximalen „Ausnahmegewinn" abwirft (vgl. Stark S. 8). Die Differenz, um die der Monopolpreis den Angebotspreis einer frei produzierten Ware übersteigt, ist der Ausnahmegewinn.

Marshall verwendet für die Darstellung des Monopolpreises

[39]) Marshall, S. 458 ff.

das rechtswinklige Koordinatensystem. Da es unmöglich ist, diese mathematische Darstellung verbaliter zu umschreiben, soll der von Marshall gleichzeitig gegebenen graphischen Darstellung zur Auffindung des optimalen Monopolpreises und damit des Gewinnmaximums der Vorzug gegeben werden (vgl. hierzu Stark, S. 18 ff.).

Marshall bedient sich zur Verständlichmachung mehr der Empirie. Er geht von einem Betriebe aus, der zu Anfang jeder Betriebsperiode den Monopolpreis um ein und denselben Betrag erhöht. Dieser Betrieb wird — bei gleichbleibendem Produktionsquantum, gleichbleibenden Selbstkosten pro Einheit, gleich gebliebener Marktlage und gleich gebliebener Betriebsführung die Erfahrung machen, dass die sukzessive Steigerung des Preises von einer bestimmten Betriebsperiode an zu einem Sinken des Absatzquantums und bei den auf eine bestimmte Menge eingestellten Produktionsanlagen auch zu einer Steigerung der Selbstkosten führt. Der Monopolist hat also das Preisoptimum überschritten und ist gezwungen, den Preis zu ermässigen, damit sich der Absatz wieder erhöht und die Selbstkosten sinken und somit das Produkt aus Preis abzüglich Kosten multipliziert mit der Absatzmenge ein Maximum des Gewinnes ergibt.

Marshall erwähnt weiter, dass das Gewinnmaximum bei gleichbleibenden optimalen Verkaufspreisen auch durch die Rationalisierung, also Einsparung von Selbstkosten, gesteigert werden könne. Dies scheint uns aber insofern eine willkürliche Annahme zu sein, als die Betriebe ja im allgemeinen ohne Rücksicht auf die Preise bestrebt sind, das höchste Mass von Wirtschaftlichkeit zu erreichen.

Nach Haberler[40]) versucht der Monopolist jenen Preis zu finden, bei dem Preis mal Menge abzüglich der Kosten ein Maximum wird. Die Höhe des Monopolpreises und damit der Umfang der produzierten Menge hängt von der Nachfragekurve und der Kostenkurve ab. Die Nachfragekurve wird als gegeben angenommen. In jedem Betriebe entstehen durch den vorhandenen Produktionsapparat bestimmte fixe Kosten, die ein für allemal gegeben und vom Produktionsvolumen unabhängig sind. Diese fixen Kosten bedeuten einen festen Abzug vom Gesamterlös und beeinflussen daher den günstigsten Preis nicht.

[40]) Haberler, S. 226 ff.

Der Preis wird nur beeinflusst durch die Gestaltung der Zuwachskosten, der sog. Grenzkosten. Diese Grenzkosten können nur steigende oder sinkende Tendenz haben. Der Monopolpreis wird bei sinkenden Grenzkosten niedriger sein als bei steigenden, da bei sinkenden Kosten der Zuwachs an Kosten erst bei einer grösseren Produktionsmenge den Zuwachs an Erlös übertreffen wird.

Zur Darstellung des Monopolpreises verwendet Haberler die Grenzumsatzkurve, die bei steigendem Absatz die sukzessiven Zuwächse am Gesamterlös darstellt und aus der Nachfragekurve abgeleitet ist. Dort, wo die Grenzumsatzkurve die Abszisenachse (Mengenachse) schneidet, erreicht der Gesamterlös sein Maximum und ist das günstigste Verhältnis von Menge mal Preis vorhanden. Es ist zugleich der Punkt, wo der Grenzumsatz negativ wird. Zur Erläuterung hat Haberler noch die Kurve des Gesamterlöses eingezeichnet, die anfänglich steigt, in einem bestimmten Punkte ihr Maximum erreicht und nachher abnimmt. Daraus wird ersichtlich, dass die Kurve des Gesamterlöses bei jener Menge ihr Maximum erreicht, bei der die Grenzumsatzkurve die Abszissenachse schneidet.

Zur Bestimmung des optimalen Monopolpreises muss aber zur Grenzumsatzkurve noch die Grenzkostenkurve berücksichtigt werden. Die Grenzkosten sind diejenigen Kosten, die einem Monopolisten zusätzlich entstehen, wenn er eine bestimmte Menge von Einheiten mehr erzeugt. Solange der Zuwachs an Erlös grösser ist als der gleichzeitige Kostenzuwachs, steigt der Gesamtgewinn und wird die Produktion ausgedehnt. Erst in dem Augenblick, wo die Grenzkosten für eine neue hinzukommende Produktionsmenge die zusätzlichen Erlöse erreichen, wird die Ausdehnung der Produktion eingestellt. Der Verlauf der Grenzkostenkurve muss in die Grenzumsatzkurve eingezeichnet werden; wo sich die beiden Kurven schneiden, liegt die für den Monopolisten günstigste Ausbringung und damit auch der optimale Monopolpreis bzw. das erzielbare Gewinnmaximum. Die günstigste Ausbreitung ist also geringer und der Monopolpreis höher bei einem Angebot mit Kosten als bei einem Angebot ohne Kosten. Ebenso liegt, wie schon oben erwähnt, die günstigste Ausbringung höher und der Monopolpreis niedriger bei sinkenden Grenzkosten als bei steigenden Grenzkosten,

d. h. die Grenzkostenkurve wird die Grenzumsatzkurve erst später schneiden.

IV. Der Monopolpreis auf lange Dauer

Eine Reihe von neueren Schriftstellern weist darauf hin, dass weder die freie Konkurrenz noch das vollständige Monopol unbegrenzt verwirklicht wurden. Es existieren Gebilde, die zwischen diesen beiden Extremen liegen. Nach Casper[41]) bildet eben nicht der Optimalpreis die Richtlinie, sondern der Konkurrenzpreis und jeder Preis darüber hinaus ist ein Monopolpreis, da er durch Monopolwillen entsteht. Das Prinzip des grösstmöglichen Gewinnes bleibt, nur wird es modifiziert, indem sämtliche Konkurrenzkräfte berücksichtigt werden, die sich bei einer Betrachtung des Monopols im volkswirtschaftlichen Rahmen ergeben. Dieser Monopolpreis ist nicht von der bekannten Monopolkurve abzulesen, da dort nur die Nachfrage- und Angebotselastizität berücksichtigt werden. Soll sich das Monopol auf längere Zeit halten, so dürfen die gegen den Monopolbestand gerichteten Kräfte bei der Festsetzung der Menge oder des Preises nicht ausser acht gelassen werden.[42]) Zum Monopolpreis wird der Preis, der auf die Dauer den höchsten Gewinn gewährt und zu diesem Zwecke müssen alle Kräfte, die gegen den Bestand des Monopols wirken, berücksichtigt werden. Dieser Monopolpreis wird zwischen dem Optimalpreis und dem Konkurrenzpreis liegen.[43]) Die Kräfte gegen das Monopol wirken um so stärker, je höher der Monopolpreis ist. Sie heben jedoch nicht notwendigerweise das Monopol auf, sondern sie begrenzen lediglich seine Ausnutzung.[44]) Die Höhe des Preises erhält durch diese Kräfte ihre maximale Grenze, wodurch eine exakte Preisbestimmung allerdings verunmöglicht wird. Alles wird von den konkreten Daten abhängig sein. Das Hauptaugenmerk galt bisher der aktuellen Aussenseiterkonkurrenz. Neben dieser sind jedoch noch andere Konkurrenzkräfte vorhanden, die wir im folgenden etwas näher betrachten wollen.

---

[41]) Casper, Theorie, S. 532.

[42]) Schon Cournot hatte das erkannt. Neuerdings durch Egner, Ad. Weber und Haberler hervorgehoben.

[43]) Egner, S. 73. Haberler, S. 225, Casper und Ad. Weber.

[44]) Tismer, S. 54.

A. Die Aussenseiterkonkurrenz.

Hier handelt es sich im wesentlichen um das Problem des unvollständigen Monopols nach Meyer. Es wird angenommen, dass neben dem Monopolisten, der über einen erheblichen Teil des Gesamtangebotes verfügt, noch weitere Lieferanten bestehen. Dies wird ja auch meistens der Fall sein. Es lassen sich hier verschiedene Fälle unterscheiden.

1. Viele Nationalökonomen sprechen noch von einem vollständigen Monopol, wenn der Inhaber über mindestens achtzig Prozent der angebotenen Mengen verfügt. Theoretisch ist dies nicht richtig, denn der Monopolist besitzt nicht mehr die Möglichkeit, gänzlich selbständig und unabhängig die Angebotsmenge festzusetzen. Er ist genötigt, auf die restlichen Mengen Rücksicht zu nehmen. Seine monopolistische Marktbeeinflussung ist beschränkt. Tismer[45]) nennt sie auch begrenzte Monopole und sagt, dass ihr Preis weder ein Konkurrenzpreis noch ein richtiger Monopolpreis sei.

2. Mayer bezeichnet die unvollständigen Monopole, bei denen das Angebot ziemlich gleichmässig auf mehrere Wirtschaftssubjekte verteilt ist, als Teilmonopole. Er weist darauf hin, dass es sich hier fast mehr um eine beschränkte Konkurrenz handle. Je kleiner natürlich die verfügbare Menge im Angebot des Teilmonopolisten ist, um so geringer ist seine Einflussmöglichkeit auf die Preisbestimmung. Der Uebergang von der Monopolpreisbildung zur Konkurrenzpreisbildung liegt dann vor, wenn jeder eine so kleine Menge besitzt, dass er befürchten muss, bei einer Zurückhaltung für den Tausch nicht mehr berücksichtigt zu werden. Solange eine ziemlich ungleiche Verteilung besteht, wodurch ein Einzelner einen Einfluss auf die Preisbestimmung ausüben kann, müssen wir von einem Monopol sprechen. Casper[46]) hebt hervor, dass das unvollständige Monopol kein Spezialfall der Konkurrenzpreisbildung darstelle. Merkmal des Monopols ist nach ihm nicht die Ausschliesslichkeit, sondern nur die Vormachtstellung in der Verteilung des Gesamtangebotes in Verbindung mit einer möglichen Marktbeeinflussung.

---

[45]) Tismer, S. 30.
[46]) Casper, Theorie, S. 535.

Wie wird sich nun im Falle 1, wo neben einem Monopolisten noch eine atomisierte Konkurrenz besteht, die Preisbildung gestalten? Da können wir ganz allgemein sagen, dass sie auch nach den besondern Bestimmungsgründen der Monopolpreisbildung vor sich geht, nur dass die Grenzen der Auswirkung der Bestimmungsgründe enger gezogen sind, da der Monopolist nicht über das gesamte Angebot verfügt. Als Voraussetzung für die monopolistische Ausnutzung überhaupt ist es notwendig, dass für die vom Monopolisten zurückgehaltenen Mengen kein Ersatz gefunden wird. Die Preisbestimmung ist abhängig von den Daten, die für die Konkurrenzunternehmer in Betracht fallen. Nur unter ganz bestimmten typischen Voraussetzungen lassen sich gewisse Gesetzmässigkeiten feststellen. Ein Berechnen des Preisoptimums ist nur möglich, wenn die Produktionsmengen der übrigen Unternehmungen bekannt sind. Wichtig ist dabei, ob die Aussenseiterquote konstant ist, oder ob sie sich mit der Monopolpreisfestsetzung ändert.

a) Preisbestimmung bei konstanter Aussenseiterquote.

Dieser Fall liegt vor, wenn die Aussenseiter nicht weiter entwicklungsfähig sind. Ist dem Monopolisten die Aussenseiterquote bekannt, so muss diese von der Gesamtangebotsmenge subtrahiert werden, da in der Regel ihr Preis niedriger ist als der Monopolpreis, wodurch sie gewöhnlich vollständig abgesetzt wird. Ist dagegen diese Quote nicht bekannt, so muss der Monopolist den optimalen Preis zu erfahren suchen. Dieser Fall soll an einem Beispiel näher untersucht werden. Ausgangspunkt sei ein vollständiges Monopol, dem dann Aussenseiter erwachsen.

Vollständiges Monopol

Preis	Absatz	Kosten pro Stück	Gewinn pro Stück	Gesamt-Gewinn
40	4 000	39	1	4 000
37	4 500	34	3	13 500
34	*5 000*	*29*	*5*	*25 000*
31	5 500	27	4	22 000
28	6 000	25	3	18 000
25	6 500	23	2	13 000

Unvollständiges Monopol.

Preis	Gesamt-Absatz	Aussenseiter-absatz	Absatz des Monopolisten	Kosten pro Stück	Gewinn pro Stück	Gesamt-Gewinn
40	4 000	500	3 500	42	—	—
37	4 500	500	4 000	39	—	—
34	5 000	500	4 500	34	—	—
31	*5 500*	*500*	*5 000*	*29*	*2*	*10 000*
28	6 000	500	5 500	27	1	5 500
25	6 500	500	6 000	25	—	—

Der Absatz des Monopolisten bleibt unverändert, aber der optimale Preis beträgt 31, statt 34 wie vorher. Dadurch erleidet der Monopolist eine Gewinneinbusse. Ob der Monopolinhaber die Menge oder den Preis festlegt, d. h. herabsetzt, wird von den jeweiligen Umständen abhängen, je nach dem Umfang und dem Abstand der einzelnen Nachfrageschichten. Casper[47]) weist darauf hin, dass bei konstanter Quote der Aussenseiter, diese selbst einen höhern Gewinn erhalten können, der mit der Monopolpreisfestsetzung variiert. Dadurch haben sie selbst ein Interesse am Monopol. Für den Monopolisten aber ist der Monopolgewinn immer kleiner als bei vollständigem Monopol. Der Mehrgewinn der Aussenseiter birgt ausserdem die Gefahr in sich, doch zu einer weitern Produktionsausdehnung zu führen, was der Monopolist bei der Preisbestimmung wohl beachten muss.

b) Monopolpreisbestimmung bei schwankender Aussenseiterquote.

Auch hier muss die Aussenseiterquote vom Gesamtangebot abgezogen werden, damit der Monopolist für die Restmenge den Optimalpreis bestimmen kann. Durch die steigende Aussenseiterquote bei steigender Monopolpreisforderung wird natürlich die Restmenge des Monopolisten verkleinert. Dadurch ist aber über die Grösse des Monopolgewinns noch nichts ausgesagt. Dieser kann trotzdem grösser sein, wenn das mathematische Produkt aus Stückgewinn mal Menge grösser ist als vorher. Kaufmann[48]) untersucht weiterhin den Fall, dass auch der Aussenseiter sich in bezug auf die Angebotsmengen nach dem

[47]) Casper, Theorie, S. 535.
[48]) Kaufmann, S. 63.

Monopolisten richtet. Auch er tastet den Markt ab. Dadurch ist der Monopolist wieder gezwungen, sich anzupassen, um den Optimalgewinn zu erzielen. Es tritt somit kein Ruhestand ein. Produktionsmenge und Monopolpreis bleiben unbestimmt. Es ist nicht unmöglich, dass der Aussenseiter im Schatten des Monopols einen grössern Gewinn erzielt, als im Konkurrenzfalle.[49])

Mayer erwähnt noch einen speziellen Fall, nämlich, dass der Aussenseiter seine Produktion ausdehnen kann, jedoch dann mit höhern Kosten rechnen muss. Gestaltet sich sein Preis immer noch niedriger als der Monopolpreis, so genügt seine Herabsetzung auf das Kostenniveau des Aussenseiters, um diesen von der Produktion und damit vom Angebot auszuschliessen. Der Monopolist darf jedoch dann seinen Preis nicht über diesen Punkt ausdehnen, sonst entsteht ihm von neuem Konkurrenz. Der Unterschied des unvollständigen Monopols gegenüber der blossen Vorzugsstellung des unter günstigeren Produktionsbedingungen als die Konkurrenten arbeitenden Unternehmers und der daraus entstehenden Differentialrente besteht darin, dass der Unternehmer, der diese Differentialrente erzielt, nicht die Macht hat, durch Regulierung seiner Angebotsmenge den Marktpreis zu beeinflussen.

c) Die Monopolpreisbestimmung bei ausländischer Aussenseiterkonkurrenz.

Der Einfluss ist ganz ähnlich wie bei der bisher erwähnten Inlandskonkurrenz. Als Obergrenze gelten die Produktionskosten des Ausländers, sowie die Zoll- und Frachtkosten.[50]) Auch hier kann dieser Tatbestand dem Monopolisten einen grössern Gewinn bringen, als blosse Preisbegrenzung durch latente Konkurrenz. (Räumlich klassierter Fall der Aussenseiterkonkurrenz.)[51]) Auch diese Aussenseiter beeinflussen nur den Grad der Monopolausnutzung.

Besteht monopolistischer Wettbewerb, d. h. ein Nebeneinander von Konkurrenten, von denen jeder so stark ist, dass der Einzelne von sich aus den Preis beeinflussen kann, so besteht

[49]) Böhm, S. 7.
[50]) Casper, Theorie, S. 537.
[51]) Tismer, S. 39.

immer mehr oder weniger die Gefahr des Kampfes zum Zwecke der vollständigen Machterreichung.[52]) Mayer unterscheidet hier vier Möglichkeiten.

1. Vollständige Beseitigung des Monopols. Es erfolgt eine Rückkehr zur Konkurrenzpreisbildung. Dies ist der Fall, wenn die Produktionskosten keine grossen Unterschiede aufweisen, und durch Preisunterbietung versucht wird, den Gesamtabsatz zu fördern.
2. Vollständiges Monopol. Bei gleicher Stärke büssen sämtliche Teilnehmer etwas ein, was sie häufig zum Zusammenschluss veranlasst, da sie dann ihr gemeinsames Interesse besser verfolgen können.
3. Ist die Leistungsfähigkeit der Einzelnen verschieden, kommt es meist zum Ausscheiden der Schwächern.
4. Bestehen Unternehmungen, die neben dem Monopol mit gleichen Produktionskosten, aber mit kleineren Mengen arbeiten müssen, so wird, wenn sie keinen Zusammenschluss wünschen, der Monopolist diese bestehen lassen, da ihn ihre Vernichtung gewaltige Summen kosten würde.

B. Der Einfluss der latenten Konkurrenz auf den Monopolpreis.

Hier handelt es sich um den von Mayer oben erwähnten Umstand, dass der Monopolist den Preis auf das Kostenniveau des Aussenseiters herabsetzt, um diesen vom Angebot auszuschliessen. Der Monopolinhaber verfügt dann über das Gesamtangebot. Dennoch darf er nicht den Optimalpreis wählen, da sonst die latente Konkurrenz sich wieder in aktuelle Aussenseiterkonkurrenz umwandeln könnte. Er ist Inhaber eines Monopols mit begrenzter Preisbestimmungsmöglichkeit. Innerhalb dieser Grenze kann er sich den Preis mit dem grössten Gewinn suchen. Ueberschreitet er jedoch den Punkt, so entsteht ihm Konkurrenz.[53]) Massgebend sind also die Produktionskosten der latenten Konkurrenz. Je höher der Monopolpreis, um so grösser die Gefahr. Trotz aktueller Konkurrenz kann der Monopolgewinn grösser ausfallen als bei latenter Konkurrenz. Auch dieser Um-

[52]) Tismer, S. 55. Mayer. Schneider, S. 132.

[53]) Casper, S. 536. Wolfers, Monopolistische und nicht monopolistische Wirtschaftsverbände, S. 298. Mayer.

stand ist wichtig für die Monopolpreisberechnung auf längere Zeit.[54])

C. Die Bedeutung innerer Konkurrenz für die Höhe des Monopolpreises.

Hier handelt es sich um das Problem des Kartellpreises. Für dieses Gebiet besteht eine fast unübersehbare Literatur. Dieses monopolistische Gebilde ist dadurch gekennzeichnet, dass sich mehrere zu einem Monopol zusammenschliessen, ohne im wesentlichen ihre Selbständigkeit einzubüssen. Es sind mehrere Monopolteilhaber gegeben. Der Unterschied zur monopolistischen Konkurrenz besteht darin, dass nicht jeder Einzelne so stark ist, um eine Marktbeeinflussung vorzunehmen.[55]) Als Grundlage der Preisberechnung dient meist der Kostenpunkt des am ungünstigsten arbeitenden Betriebes, damit dieser noch sein wirtschaftliches Auskommen findet. Dies hat oft zur Folge, dass die übrigen Betriebe ihre Produktionskapazität nicht voll ausnutzen können, wodurch sie häufig schlechter zu stehen kommen. Aus diesem Umstande drängen die Grossen nicht selten wieder aus dem Monopolverband heraus. Die Monopolteilhaber sind nicht alle gleich interessiert an der Monopollage.[56]) Jeder beurteilt die Monopolstellung nur von seinem eigenen Gewinninteresse aus, und dieses steht vielfach in direktem Widerspruch zum gesamtmonopolistischen Gewinninteresse. Nach Tismer[57]) interessiert den Monopolteilhaber nur sein eigener Gewinn. Durch diese Tatsache wird die günstigste Quotenverteilung, und damit auch der Optimalpreis, verhindert. Es fehlt der Wille zur günstigsten Gewinnerzielung im gesamten.[58]) Halm[59]) hat vollständig recht mit seiner Aussage, der Einzelne opfere beim Zusammenschluss nicht sein spezielles Interesse dem der Gesamtheit, sondern nur ein egoistisches Motiv einem andern. Aus diesem Grunde ist es unmöglich, sich der Monopolkurve zur Erklärung zu bedienen. Der Teilmonopolist will seine teilmono-

[54]) Wolfers, Das Kartellproblem, S. 66 und 43.

[55]) Tismer, S. 30 und Schneider, S. 131 ff. Mayer kennt diesen Fall nicht.

[56]) Casper, Theorie, S. 541.

[57]) Tismer, S. 73.

[58]) Casper, Theorie, S. 542.

[59]) Halm, Die Konkurrenz, S. 150.

polistische Forderungen nicht aufgeben, auch wenn dies dem Gesamtverband zum Vorteil gereichen würde. Die Bestimmung des Kartellpreises oder der Kartellmenge ist somit abhängig von der Richtigkeit der Daten, die der Monopolorganisation zugrunde gelegt werden. Casper[60]) bezeichnet die Richtigkeit als reinen Zufall. Das Interesse an einem einheitlichen monopolistischen Vorgehen wird bestimmt durch die Vorteile, die dem einzelnen Teilmonopolisten dadurch erwachsen. Allein die Tatsache des persönlichen Gewinnes interessiert ihn. Die Abweichungen vom Optimalpreis sind daher je nach den konkreten Daten verschieden. Massgebend ist die Verhandlungsgeschicklichkeit der einzelnen Monopolinhaber. Es ist daher verständlich, wenn man den zustandegekommenen Preis als Kompromisspreis zu bezeichnen pflegt.

Nicht so Tismer,[61]) der auch hier die Monopolkurve verwendet. Er nimmt an, dass zur Berechnung des Optimalpreises die Quoten entsprechend verteilt werden. Zur Verwendung der Monopolkurve ist dies unbedingt notwendig, aber anhand des vorher Gesagten eben nicht richtig.[62]) Die Quotenverteilung kann ja nicht aus dem gesonderten Gewinninteresse jedes Teilmonopolisten erfolgen. Nur in Einzelfällen wird das Gesamtinteresse mit dem Einzelinteresse übereinstimmen. Der Monopolwille kommt zustande als Resultante der Verhandlungen zwischen den einzelnen Monopolteilhabern. Es existiert kein Gesamtmonopolist, der das Gesamtinteresse vertreten könnte. Jeder will seinen eigenen Vorteil wahren. Der auf diese Weise entstehende Monopolpreis wird daher meist einen Kompromisscharakter aufweisen. Dies hat den Nachteil, dass bei irgendwelchen Datenänderungen keine sofortige Reaktion erfolgt, um das Gesamtinteresse zu wahren. Jeder Veränderung der Monopolpolitik kann ein teilmonopolistisches Interesse entgegenstehen.

Monopolpreisuntergrenze ist der Preis, der im Minimum dem Produktionskostenpreis des Grenzmonopolteilhabers entspricht.[63]) Diese Grenzbetriebe geben sich mit einer verminderten Quote zufrieden, da im Falle des Nichtzustandekommens

[60]) Casper, Theorie, S. 543.
[61]) Tismer, S. 63 ff.
[62]) Casper, Theorie, S. 546.
[63]) Wolfers, S. 60.

der Monopolabrede ihre Vernichtung zufolge ihrer technischen Rückständigkeit erfolgen müsste. Also wird nicht einmal immer der Maximalselbstkostenpreis als Richtlinie angenommen.[64]) Theoretisch ist es jedoch der Preis, der jedem Monopolteilhaber durch die Monopolabrede einen Gewinnzuwachs sichert. Jeder Teilhaber hat ein durch seine Kosten bedingtes Interesse an einer Gesamtmonopolpolitik. Daraus resultiert ein verschiedenes Interesse der kapital- und arbeitsintensiven Teilhaber an der Produktionspolitik.[65]) Der Kartellhöchstpreis wird durch die innere Konkurrenz bestimmt. Als weitere Begrenzungen sind dann aber auch alle andern Kräfte gegen das Monopol zu berücksichtigen.

D. Die Bedeutung der Surrogatkonkurrenz für die Monopolpreisbildung.

Auch die Surrogatkonkurrenz muss berücksichtigt werden. Sie ist allerdings in der Statik schon in der Nachfragekurve enthalten, und erscheint nicht noch zusätzlich. Erst bei dynamischen Bewegungen kann dies der Fall sein, wodurch sich das Preisverhältnis zwischen Monopolgut und Surrogat verschiebt.[66]) Die Wirkung ist abhängig vom Ertragsgesetz des Surrogates. Nur die kostensenkende Produktionsausdehnung des Surrogatgutes lenkt einen Teil der Nachfrage vom Monopolgute fort. Es ist wichtig, welche Bedeutung das Monopolgut für den Konsumenten hat. Auch eine Qualitätsverbesserung des Surrogatgutes kann nach Casper[67]) dem Monopolgut einen Teil der Nachfrage entziehen, trotzdem damit eine Preissteigerung verbunden sein kann.

E. Die Bedeutung der Konkurrenz auf Grund besserer Technik.

Dieses Problem ist mit dem der Aussenseiterkonkurrenz verwandt. In der dynamischen Wirtschaft ist ein Reservoir an technischen Fortschritten gegeben. Die Ausnutzung durch Aussenseiter wird durch starke monopolistische Preiserhöhung erleichtert.[68]) Berücksichtigt der Monopolist diesen Umstand,

[64]) Casper, Theorie, S. 547.
[65]) Wolfers, S. 53.
[66]) Egner, S. 78.
[67]) Casper, Theorie, S. 539.
[68]) Casper, Theorie, S. 540.

so wird er eine mässige Preispolitik treiben. Nach Egner[69]) hat gerade der Monopolist das grösste Interesse, jede bessere Technik durchzuführen, da er ja dadurch imstande ist, seinen Monopolgewinn zu steigern. Und gerade der erworbene Monopolgewinn wird ihm diese sofortige Umstellung ermöglichen. Trifft dies nicht zu, so wird er allerdings Gefahr laufen, durch die neue Produktionstechnik neue Konkurrenten zu erhalten, die seine Monopolstellung gefährden. Der Monopolist kann dann allerdings immer noch nachträglich die Preise senken. Besteht jedoch einmal die Aussenseiterkonkurrenz, so ist diese schwieriger zum Verschwinden zu bringen, als wenn ihr Auftauchen überhaupt verunmöglicht worden wäre. Diese Konkurrenz der bessern Technik ist demnach auch ein Faktor, der auf die Dauer vom Monopolisten nicht übersehen werden darf.

Oft spricht man auch von einem unvollständigen Monopol, wenn der Monopolist auf dem Inlandsmarkt eine vollständige Monopolstellung einnimmt, dagegen im Ausland mit andern in Wettbewerb steht. Diese Tatsache übt keinen Einfluss auf seine Stellung im Inland aus, kann er doch hier den Preis nach dem Monopolgesetz festlegen. Er besitzt demnach ein vollständiges Monopol. Es kann dieser Zustand verglichen werden mit der Preisdifferenzierung, wo ja ebenfalls der Markt geteilt wird. Es kann dem Monopolisten sogar gelingen, auch im Auslande ein vollständiges Monopol zu erringen, da er durch Unterbieten die übrigen verdrängen kann. Sein Kampf gestaltet sich leichter durch seine gesicherte Inlandstellung. Dies führt dann öfters dazu, dass infolge der grössern Produktion zu kleineren Produktionskosten nicht nur im Ausland die Preise gering sind, sondern auch im Inland eine Preissenkung erfolgt.

§ 9. Die Bedeutung von Besteuerung und Prämiierung für die Bestimmung des Monopolpreises

Nicht mit Unrecht hat man die Ueberpreise, die monopolistische Organisationen ihren Kunden abnehmen, mit einer vom Staate erhobenen indirekten Steuer verglichen.[1]) Obwohl dieser Vergleich zwischen staatlichem Hoheitsträger und privatem Monopol in mancher Beziehung hinkt, so vermag er doch die wohl

[69]) Egner, S. 70 ff.

[1]) Döblin, Monopol und Besteuerung.

kaum bestreitbare Tatsache zu veranschaulichen, dass ein Monopolist auf Grund seiner Machtstellung und mittelst der dadurch ermöglichten Preis- und Produktionspolitik sich in ähnlicher Weise wie der Fiskus Einnahmen beschaffen kann. Während aber einer Hoheitsabgabe das Prinzip der generellen Entgeltlichkeit entspricht, ist bei der Monopolrente absolut keine Gegenleistung des Monopolträgers vorhanden. Es ist deshalb naheliegend, dass der Staat, der von den Monopolisten in gewisser Beziehung konkurrenziert wird, versucht, auf Monopole Steuern zu legen, um ihnen wieder einen Teil von dem zu entziehen, und für die Zwecke der Allgemeinheit nutzbar zu machen, was der Monopolist in ungerechtfertigter Weise vom Einkommen der Konsumenten abgeschöpft hat. Aus diesem Grunde scheint uns eine Steuer auf Monopole dem Prinzip der Steuergerechtigkeit am nächsten zu kommen, dies auch deshalb, weil eine solche Steuer bei entsprechender Ausgestaltung im allgemeinen nicht oder nur schwer überwälzbar ist. Schon die Klassiker, Smith und Ricardo, waren dieser Ansicht und in der finanzwirtschaftlichen Literatur wird die Unüberwälzbarkeit einer Steuer auf einer Monopolware fast durchwegs anerkannt.

Grundsätzliches über die Monopolsteuer finden wir bei Cournot, Edgeworth, Marshall und Barone. In unsern weitern Ausführungen werden wir uns fast ausschliesslich an Marshall halten, da er, wie uns scheint, in einfacher und prägnanter Weise, die wesentlichen Probleme der Einwirkung einer Besteuerung auf das Monopol herausgeschält hat, und dies um so mehr, da seine Ergebnisse mit denen der übrigen Autoren fast durchwegs übereinstimmen.

Bei Marshalls[2]) Untersuchungen über den Einfluss einer Steuer auf die monopolistische Produktion ergeben sich zwei Möglichkeiten:

1. Es gibt verschiedene Fälle, in denen die Steuer ohne jeden Einfluss auf die Erzeugungsmenge bleibt, d. h. wo sich für den Monopolisten der grösste Gewinn nach wie vor bei demselben Preis und derselben Menge ergibt. Dies ist dann der Fall, wenn die Steuer als ein fester Betrag auf der Unternehmung ruht und sich mit dem produzierten Güterquantum nicht verändert. In

[2]) Marshall, S. 460 ff.

diesem Falle wird sich auch die Handlungsweise des Monopolisten nicht verändern. Es erfolgt keine Veränderung des Preises und somit ergibt sich auch keine Belastung des Verbrauchers. Auf welche Weise der Monopolist immer sein Vorgehen ändern wollte, das Ergebnis kann nur eine Verringerung seines Nettoeinkommens ergeben.

Von einigen Nationalökonomen wird ein Nachteil darin erblickt, dass der Steuerbetrag dem Wohle der Gesamtheit weniger förderlich sei, als wenn ihn der Monopolist für seine Produktion verwenden könnte. Im allgemeinen kann man dies jedoch nicht behaupten. Man kann allerdings einwenden, der Monopolist verliere dadurch einen Betrag, der zur Schaffung neuer Anlagen oder deren Erweiterung verwendet werden könnte. Dies wäre der Fall, wenn der Nettoertrag der neuen Anlagen unter dem Zinsertrag des aufzuwendenden Kapitals liegen würde. Man darf jedoch annehmen, dass dieser Umstand nur bei starker Belastung durch die Steuer eintritt, was sich für das volkswirtschaftliche Ganze als schädlich erweisen könnte.

2. Für den Monopolisten wird immer dann ein Grund zur Aenderung seiner Handlungsweise vorliegen, wenn sich die Besteuerung proportional zur produzierten Gütermenge verhält, oder die Auszahlung einer proportionalen Prämie erfolgt. Durch Marshall werden diese Möglichkeiten an einigen Beispielen erläutert.

A. Eine Besteuerung ohne Einfluss auf die Handlungsweise des Monopolisten

1. Besteuerung durch Auferlegung einer fixen Steuersumme.

Annahme: Steuersumme Fr. 10 000.

I. Gesamtmonopolgewinn bei Fr. 3.45 . .	Fr. 36 000
Steuer	Fr. 10 000
Verbleibender Monopolgewinn . .	Fr. 26 000
II. Gesamtmonopolgewinn bei Fr. 3.65 . .	Fr. 35 000
Steuer	Fr. 10 000
Verbleibender Monopolgewinn . .	Fr. 25 000

III. Gesamtmonopolgewinn bei Fr. 3.35 . .	Fr.	33 250
Steuer	Fr.	10 000
Verbleibender Monopolgewinn .	Fr.	23 250

Es ergibt sich daraus, dass auch in diesem Falle der optimale Gewinn beim gleichen Preise und der gleichen Menge erzielt wird wie vorher.

2. Feste Besteuerung des Monopolgewinnes.

Annahme: Die Besteuerung des Monopolgewinnes beträgt 50 %.

I. Gesamtmonopolgewinn . . .	Fr.	36 000 (obige Beispiele)
Steuer 50 % . . .	Fr.	18 000
Verbleibender Gewinn .	Fr.	18 000
II. Gesamtmonopolgewinn . . .	Fr.	35 000
Steuer 50 % . . .	Fr.	17 500
Verbleibender Gewinn .	Fr.	17 500
III. Gesamtmonopolgewinn . .	Fr.	33 250
Steuer 50 % . . .	Fr.	16 625
Verbleibender Gewinn .	Fr.	16 625

Auch in diesem Falle bleibt das Preisoptimum dasselbe.

B. Die Veränderung der Handlungsweise des Monopolisten infolge Besteuerung oder Prämiierung

Der einfachste Fall nach Marshall ist:

1. Eine dem Produktionsquantum proportionale Besteuerung.

Annahme: Steuer $^1/_5$ Fr. pro Stück.

I. Verkaufsmenge 80 000 Stück.		
Gesamtmonopolgewinn . . .	Fr.	36 000
Steuer $^1/_5$ Fr. pro Stück . . .	Fr.	16 000
Verbleibender Monopolgewinn . .	Fr.	20 000
II. Verkaufsmenge 70 000 Stück.		
Gesamtmonopolgewinn . . .	Fr.	35 000
Steuer $^1/_5$ Fr. pro Stück . . .	Fr.	14 000
Verbleibender Monopolgewinn . .	Fr.	21 000

III. Verkaufsmenge 95 000 Stück.

Gesamtmonopolgewinn . . .	Fr. 33 250
Steuer $^1/_5$ Fr. pro Stück . . .	Fr. 19 000
Verbleibender Monopolgewinn . .	Fr. 14 250

Bei einer derartigen Besteuerung ergibt sich eine Veränderung des Preisoptimums. Der Monopolist findet seinen grössten Vorteil bei einer Verminderung der Produktion, verbunden mit einer gleichzeitigen Preissteigerung. Dies hängt damit zusammen, dass mit der Produktionssteigerung die Steuerbelastung wächst. Es muss daher der optimale Preis vom Monopolisten neu gesucht werden. Im obigen Beispiel liegt das Preisoptimum nicht mehr bei Fr. 3. 45 und einer Absatzmenge von 80 000 Stück, sondern bei Fr. 3. 65 und einer Menge von 70 000 Stück. An einer weiteren Steigerung der Produktion hat der Monopolist offenbar kein Interesse mehr, da dann die Steuerbelastung ebenso gross oder noch grösser würde als der Gewinnzuwachs.

Zugunsten dieser Methode, an die Menge statt an den Wert anzuknüpfen, spricht nach Döblin[3]) der Gesichtspunkt der leichteren Kontrollierbarkeit. Denn bei der Besteuerung des Monopolgewinnes kann man die Steuer unter Umständen durch Schaffung neuer Unkosten, vor allem auf dem Wege erhöhter Abschreibungen, entziehen. Das Gegenstück dazu bildet:

2. Die proportionale Prämiierung.

Im Falle einer proportionalen Prämiierung würde sich das Vorgehen des Monopolisten in entgegengesetzter Richtung ändern, als bei einer proportionalen Besteuerung.

Annahme wie oben: $^1/_5$ Fr. pro Stück als Prämie.

I. Verkaufsmenge 80 000 Stück.

Gesamtmonopolgewinn . . .	Fr. 36 000
plus Prämie 80 000 $\times$ $^1/_5$ Fr. . .	Fr. 16 000
Jetziger Monopolgewinn . . .	Fr. 52 000

II. Verkaufsmenge 70 000 Stück.

Gesamtmonopolgewinn . . .	Fr. 35 000
plus Prämie 70 000 $\times$ $^1/_5$ Fr. . .	Fr. 14 000
Jetziger Monopolgewinn . . .	Fr. 49 000

[3]) Döblin, S. 81.

III. Verkaufsmenge 95 000 Stück.

Gesamtmonopolgewinn . . .	Fr. 33 250
plus Prämie 95 000 × $^1/_5$ Fr. . .	Fr. 19 000
Jetziger Monopolgewinn . . .	Fr. 52 250

Bei dieser proportionalen Prämiierung liegt der Maximalgewinn nicht mehr beim Preise von 3. 45 und der Menge von 80 000 Stück, sondern beim Preise von 3. 35 und einer Menge von 95 000 Stück. Je grösser die Menge, desto günstiger gestaltet sich in diesem Falle der Gewinn. Der durch diesen Preisrückgang hervorgerufene Verlust wird durch die ausbezahlte Prämie überkompensiert.

Sowohl die Prämiierung, wie die proportionale Besteuerung bleiben nicht ohne Einfluss auf den Produktionsumfang des Monopolisten, wenn auch in beiden Fällen gerade die umgekehrte Wirkung eintritt. Beide bedingen verschiedene Einflüsse auf die Gestaltung der Stückkosten. Bei proportionaler Besteuerung werden diese erhöht, bei Prämiierung verringert. Bei grossen Mengen hat die proportionale Besteuerung einen viel grösseren Gewinnausfall zur Folge, als bei kleineren Mengen, weshalb sie vielfach die angebotenen Mengen vermindert und die Preise erhöht. Entgegengesetzte Wirkungen ergeben sich aus der Prämiierung, indem sich da die Produktionskosten um eine Summe vermindern, die mit steigender Menge ständig wächst. Mit zunehmender Absatzmenge nimmt daher auch der Gewinn zu.

Es entsteht die Frage, wie sich die Abwälzungsmöglichkeiten gestalten, d. h. ob der Monopolist imstande ist, die Steuer auf die Verbraucher zu übertragen. Vor allem ist zu bemerken, dass ein solcher Versuch nur bei einem vollständigen Monopol in Frage kommen könnte. Wenn die Monopolstellung schon vor der Besteuerung voll ausgenutzt wurde, so wird der Monopolist ausser bei unentbehrlichen Gütern auf starken Widerstand stossen. Bei einer fixen Besteuerung ergibt sich stets eine Verminderung des Nettoeinkommens und die Aussichten auf eine Abwälzung sind gering. Eher könnte eine solche bei einer proportionalen Steuer in Frage kommen. Man wird aber auch da sagen können, dass die Steuer durch beide getragen wird, vom Verkäufer durch eine Verminderung des Gewinnes, vom Käufer durch die Erhöhung des Preises.

Ob und wie sich die Ueberwälzung der Steuer auf ein Monopol in Wirklichkeit abspielt, ist allerdings eine andere Frage. Wir gingen von einem Monopol aus, das seine Preispolitik am Ziel maximalen Gewinnes orientiert. Tatsächlich weichen aber die Monopole häufig davon ab, da sie nicht gezwungen sind, bis an das Preisoptimum zu gehen. Eine Menge von Umständen, wie z. B. Konvention, psychologisch motivierte Zurückhaltung, Unkenntnis der wahren Marktlage, Preiskontrolle durch den Staat, können und werden meistens in der Praxis erhebliche Abweichungen vom Maximalgewinnpreis ergeben. Damit werden aber auch die Abwälzungsregeln mehr oder weniger in Frage gestellt und es lässt sich über die Wirkungen von Monopolsteuern nichts Allgemeingültiges sagen.[4]) Alles auf diesem Gebiete hängt von den tatsächlichen Verhältnissen ab und es wird jeweils spezieller Untersuchungen bedürfen, um konkrete Angaben über die Möglichkeiten der Abwälzung einer Monopolsteuer zu machen.

§ 10. Die Mitberücksichtigung des Konsumenteninteresses bei der Monopolpreisfestsetzung

Bis dahin wurde das Problem der Monopolpreisbestimmung ausschliesslich vom Standpunkte des Monopolisten aus betrachtet, dessen Bestreben nach grösstmöglichem Gewinn gerichtet ist, ohne Rücksicht auf den gesamten volkswirtschaftlichen Nutzen, d. h. ohne die Interessen der Konsumenten zu berücksichtigen.

Durch Marshall erfolgte erstmals eine Untersuchung der Frage, unter welchen Bedingungen auch der Monopolist die Interessen der Konsumenten verfolgen könnte. Eine Erniedrigung des Monopolpreises aus reinem Interesse an der Wohlfahrt des Konsumenten wird nur bei Staatsmonopolen zu finden sein. Der Monopolist kann zur Ueberzeugung kommen, dass es für ihn günstiger sei, namentlich im Hinblick auf seine zukünftige Geschäftsentwicklung, einen niedrigeren Preis festzusetzen. Eine elastische Nachfrage vorausgesetzt, wird ein niedrigerer Monopolpreis stets mit einem grössern Absatz verbunden sein. Durch den vermehrten Absatz kann dann der Verlust, der infolge

[4]) Döblin, S. 85.

der niedrigeren Preisfestsetzung entsteht, ausgeglichen oder sogar überkompensiert werden. Eine solche Ueberkompensation würde ja im Interesse des Monopolisten selbst liegen.

Nicht selten kann auch der Fall eintreten, dass bei grösserem Umsatz zu niedrigem Preis, und bei kleinerem Umsatz zu höherem Preis, der Gewinn für den Monopolisten genau gleich hoch ausfällt. Der Monopolinhaber besitzt dann die Wahl zwischen den beiden Preisen. In der Praxis wird er leider meist den kleineren Absatz zu höhern Preisen wählen, da es für ihn bequemer ist. Dies zeugt jedoch von einer äusserst kurzsichtigen Monopolistenpolitik, denn infolge des höhern Preises besteht die Gefahr des Auftretens von Konkurrenz, abgesehen von dem Falle, dass es sich um ein rechtliches Monopol handelt. Weitaus klüger wäre hier die Wahl eines niedrigeren Preises mit grösserem Absatz, soweit die Möglichkeit der weitern Ausdehnung des Absatzes überhaupt besteht. Als die beste Monopolistenpolitik kann die Senkung der Produktionskosten durch Betriebsverbesserungen bezeichnet werden.

Marshall unterscheidet nun zwei Formen der Mitberücksichtigung der Konsumenteninteressen durch den Monopolisten.[1])

A. Gleiche Einschätzung des Monopol- und des Konsumentengewinnes

Marshall bezeichnet diese Form als den Gesamtvorteil, der dann entsteht, wenn der Konsumentengewinn aus einem Verkaufe zu einem bestimmten Preis zu dem erhaltenen Monopolgewinn hinzugeschlagen wird. Auf diese Weise ist die erhaltene Summe das Geldmass für die reinen Vorteile, die dem Monopolisten und dem Konsumenten aus dem Verkauf erwachsen. Bei gleicher Einschätzung der Gewinne wird der Monopolist danach trachten, genau die Menge herzustellen, bei der der Gesamtvorteil ein Maximum wird. Der Gesamtvorteil ist ebenfalls die Grundlage zur Erreichung des volkswirtschaftlichen Preisoptimums, in welchem der Gesamtvorteil der Konsumenten und Monopolisten ein Maximum ergibt. Wie ist nun diese Gegenüberstellung durch Marshall zu verstehen? Eine genaue Untersuchung zeigt uns, dass es sich gar nicht um

[1]) Marshall, S. 465 ff.

Monopolgewinn und Konsumentengewinn handelt, sondern lediglich um den Konsumentengewinn. Der Monopolist, der ja ebenfalls zur Gesamtheit gehört, erhält somit die gleichen Vorteile und den gleichen Gewinn wie jeder Konsument. Nach Stark [2]) wird daher der Preis ohne Rücksicht auf den Monopolgewinn festgesetzt und bringt diesen ohne weiteres zum Verschwinden, sei es, dass er ein unangemessen hohes Unternehmereinkommen oder unangemessen hohe Risikoprämien und Zinssätze auf die normale Höhe reduziert. Der Preis ist in diesem Fall normal, und der Monopolist verliert den Ausnahmegewinn. Derselbe wird in die Konsumentenrente überführt und Gewinne im eigentlichen Sinne gibt es nun keine mehr. Für seine Dienste erhält der Monopolist ein entsprechendes Einkommen. Die Grösse des Arbeitseinkommens des Monopolisten und der Konsumenten bestimmt somit die Käuferschicht, welche das Gut kauft und zu denen der Monopolist nun auch gehört.

Wie schon erwähnt, wird die Einschätzung der beiden Gewinne in gleichem Masse in der Privatwirtschaft eine Seltenheit sein, denn der Monopolist sucht das Gewinnmaximum zu erreichen. Er wird aus diesem Grunde das Interesse der Konsumenten nur soweit berücksichtigen, als er dadurch doch seinem Streben nach dem grössten Gewinn dient, so dass ein zeitweiser Verlust später wieder gedeckt wird. Dies hat Marshall selbst angedeutet, und damit ist aus seinem zweiten subjektiven Bestimmungsgrund des Monopolpreises auf der Verkäuferseite ein blosses taktisches Mittel des Monopolisten geworden. Preispolitisch nimmt der Monopolist nur im Selbstinteresse Rücksicht auf den Konsumenten.

B. Der Monopolgewinn erhält eine höhere Einschätzung als der Konsumentengewinn

Diese verschiedene Einschätzung der Gewinne bezeichnet Marshall als „Kompromissvorteil". Es ist dies ein Mittelweg zwischen dem Preisoptimum des Monopolisten und demjenigen der gesamten Volkswirtschaft. Er bemerkt, [3]) der Sinn des Kompromissvorteiles liege darin, dass der Konsumentengewinn

[2]) Stark, S. 40.
[3]) Marshall, S. 467.

nur zu einem Bruchteil seines wirklichen Wertes veranschlagt werde, also nur einen Bruchteil des volkswirtschaftlichen Preisoptimums darstelle. Er schreibt weiter: „Es kommt nicht selten vor, dass der Monopolinhaber 1 £ Konsumentengewinn gleich wünschenswert behandeln kann und wird wie 1 £ Monopolgewinn. Aber selbst eine Regierung, die ihre Interessen mit denen der Konsumenten identisch erachtet, muss die Tatsache in Erwägung ziehen, dass, wenn sie eine Einnahmequelle aufgibt, sie im allgemeinen auf eine andere verfallen muss, die wieder ihre eigenen Nachteile hat, denn sie wird notwendig mit Reibungen und Erhebungskosten verbunden sein, überdies mit einer gewissen Benachteiligung des Publikums, von der Art, die wir als einen Verlust an Konsumentengewinn bezeichnet haben. Auch können diese Einnahmequellen niemals mit vollkommener Billigkeit eingerichtet werden, besonders, wenn man die ungleichen Teile berücksichtigt, die die verschiedenen Mitglieder des Staates von den Vorteilen erhalten werden, um derentwillen eben der Regierung vorgeschlagen wird, gewisse Einnahmequellen aufzugeben."

Bei einem volkswirtschaftlichen Preisoptimum sind der Monopolist, sowohl wie der Konsument in jeder Beziehung gleich gestellt. Das Verhältnis beider Gewinne würde 1:1 betragen. Der Monopolist ist hier gezwungen, seine privatwirtschaftlichen Interessen zurückzustellen und der Preis beim volkswirtschaftlichen Optimum würde sich für ihn als der günstigste ergeben. Wäre der Monopolist auch von sich aus bereit, den Konsumentengewinn zu erhöhen, so würde er dennoch nicht dieses Optimum wählen oder wählen können, weil der Preis unter die Selbstkosten fallen könnte.

Was versteht man nun unter dem Kompromissoptimum? Stark [4]) definiert es als einen Preis, der sowohl dem Monopolisten, wie auch dem Konsumenten Rechnung trägt, also so, dass auch der Konsument Gewinn erhalten würde, und zwar den grössten im Verhältnis der jeweils gewählten Relation für Produzent und Konsument. Durch diesen Kompromiss werden der optimale Konsumentengewinn und der Monopolgewinn verkleinert. Die beiden Preispole kommen dadurch einander näher. Jeder Kompromisspreis muss daher nach Stark zwischen den beiden andern Preisoptima liegen. Das Verhältnis kann jedoch

beliebig gewählt werden. Je nachdem, welchem Preisoptimum er sich nähert, wird der Monopolgewinn oder der Konsumentengewinn mehr begünstigt.

C. Vollständiger Verzicht auf den Monopolgewinn

Bei Staatsmonopolen kann der Fall eintreten, dass zur Hebung der Konsumentenrente und der vollständigen Deckung des Bedarfs der Konsumenten, der Verkauf gewisser Güter zu den Produktionskosten erfolgt. Dies wird namentlich eintreten, wenn es sich um lebenswichtige Bedürfnisse handelt. Es ist auch nicht ausgeschlossen, dass der Verkauf sogar unter den Produktionskosten vor sich geht, doch wird der Staat dann genötigt sein, diesen Verlust durch andere Einnahmen zu decken. Ein häufig zur Anwendung gelangendes Mittel dazu ist die Preisdifferenzierung. Um keinen Verlust zu erleiden, aber gleichwohl breiten Volksschichten die Bedürfnisbefriedigung zu ermöglichen, wird eine ebenso grosse Menge über den Produktionskosten verkauft, bis der Verlust wieder gedeckt wird.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass wohl ausser durch den Staat eine Berücksichtigung der Konsumenteninteressen nur erfolgt, wenn es im Interesse des Monopolisten selbst liegt. Dann wird die Menge um so grösser und der Preis um so kleiner sein, je mehr die Interessen der Konsumenten gefördert werden sollen. Von den Konsumenten selbst wird dieser Gewinn kaum als solcher empfunden werden. Man könnte sonst ebenso gut von einem Konsumentenverlust sprechen, wenn deren Wertschätzung unter dem Preise des Gutes liegt. Man sollte eigentlich von einer möglichst grossen Zahl der Käufer sprechen.

§ 11. Die Erhaltung der Monopolstellung

Bestehen neben dem Monopol noch Aussenseiter, oder entstehen solche trotz Einkalkulierung aller Konkurrenzgefahren gegen das Monopol, so stehen diesem nach Ansicht der meisten Schriftsteller[1]) immer noch Mittel zur Verfügung, um sich gegen die Konkurrenz zu behaupten. Die Monopolverteidigung wirkt also monopolpreiserhaltend. Die Einkalkulierung aller

[4]) Stark, S. 9.

[1]) Vgl. Wolfers, Böhm, Casper, Tismer und Liefmann.

Konkurrenzgefahren, wie die Monopolverteidigung, sind Mittel der Konkurrenzbekämpfung, die den Monopolpreis ermöglichen, allerdings nicht den Optimalpreis, sondern den Monopolpreis auf lange Dauer.[2])

Die gesicherten Gewinne der Monopolproduzenten bedeuten einen steten Anreiz für die Aussenstehenden, sich ebenfalls an dieser rentablen Produktion zu beteiligen. Dadurch müsste die monopolistische Preisbildung auf die Dauer unmöglich werden. Es ist daher leicht verständlich, dass sich der Monopolist gegen die neuen Konkurrenzkräfte zu sichern sucht. Obschon Aussenseiter nicht notwendig immer die Monopolposition unmöglich machen, ergibt sich meistens durch diese eine Begrenzung der Monopolmacht, indem die beständige Gefahr besteht, dass sich die Aussenseiter weiter ausdehnen können. Der Monopolist wird aus diesem Grunde versuchen, die Konkurrenzkräfte unschädlich zu machen. Er wird vorerst den Versuch machen, die Aussenseiter nieder zu konkurrieren. Dies erfolgt durch Schleuderpreise. Ist der Gegner nicht sehr kapitalkräftig, so kann er auf die Dauer vollständig ruiniert werden. Dieses Verfahren ist aber auch für den Monopolisten selbst verlustbringend.[3]) Verfügt daher der Gegner über genügend Kapital, wodurch ein langer Kampf mit grossen Verlusten beiderseits notwendig würde, so werden sich die Konkurrenten auf irgend eine Art und Weise zu einigen suchen, und das Ende wird meist der Zusammenschluss der beiden bilden. Nicht selten werden die Aussenseiter auch einfach durch das Monopol aufgekauft.[4]) Daneben werden den Monopolkunden Treuprämien und Rabatte gewährt, um sie an das Monopol zu fesseln. Aber auch durch Exklusivklauseln, Lieferungssperren, erfolgt die Bekämpfung.[5])

Als besonders wichtig erweist sich die Sperre des Kredits. Ist der Aussenseiter auf diesen angewiesen, so wird ihm der Kampf äusserst schwer fallen, namentlich wenn der Monopolist ein Kunde der gleichen Bank ist. Diese will dann natürlich nicht den Kredit des alten Kunden schädigen. Sie hat selbst

---

[2]) Casper, Theorie, S. 549.
[3]) Böhm, S. 8.
[4]) Casper, Theorie, S. 549. Wolfers, S. 66.
[5]) Tismer, S. 46.

ein grosses Interesse an der Verhinderung von ruinöser Konkurrenz. Der Kampf zwischen Kunden birgt auch für sie das Risiko eines Kapitalverlustes. Je mehr die Bank ein Interesse am alten Kunden hat, je verknüpfter sie mit diesem ist, um so schwerer wird es für den Aussenseiter sein, bei ihr Hilfe zu finden.

Der Monopolist selbst wird zur Stärkung seiner Position das grösste Interesse an einer Rationalisierung und Kostensenkung bekunden.[6]) Je grösser sein Gewinn ausfällt, um so mehr kann er den Monopolfonds stärken, der ihn im Kampf um seine Vorzugsstellung tatkräftig unterstützen kann.

Die Monopolbestandsberechnung und die Monopolerhaltungspolitik sind Abwehrkräfte gegen die Konkurrenz und ermöglichen einen dauernden Monopolpreis und -gewinn. Die Höhe des Monopolgewinnes ist von den zwei Kräften abhängig, den Konkurrenzkräften gegen das Monopol und den Monopolkräften gegen die Konkurrenz.[7]) Je stärker die letzteren, desto höher der Monopolgewinn. Den Ausschlag gibt wohl immer das Monopolgut selbst, je nach der Bedeutung, die es für die Konsumenten besitzt.

§ 12. Das Nachfragemonopol des Konsumenten

Das Nachfragemonopol bezweckt nach Mayer eine dem Angebotsmonopol des Produzenten entgegengesetzte Wirkung. Sein Ziel ist, ein möglichst billiger Preis für die Konsumenten zu erringen. Es handelt sich hier um den Fall des reinen Nachfragemonopols, d. h. jenes Monopols, bei dem das betreffende Gut vom Konsumenten zur Befriedigung des eigenen Bedürfnisses verwendet wird, also des Nachfragemonopols nach Konsumgütern. In Wirklichkeit wird ein Nachfragemonopol meist nur in Verbindung mit einem Angebotsmonopol auftreten. Auf diesen Fall werden wir später noch zu sprechen kommen.

Dem Nachfragemonopolisten, dem Wirtschaftssubjekte, welches den Gesamtbedarf nach einer Ware entweder ganz oder doch zum grössten Teil in sich vereinigt, steht eine Mehrheit von Anbietenden gegenüber, die unter sich in Wettbewerb stehen. Bei einem solchen Monopole darf man die grossen

[6]) Wolfers, S. 66.
[7]) Casper, Theorie, S. 550.

Schwierigkeiten, die sich in bezug auf seine Verwirklichung ergeben, keinesfalls ausser acht lassen. Der Vereinigung vieler Wirtschaftssubjekte, bei denen die Kaufkraft und die Bedürfnisstärke sehr verschieden sind, stehen grosse Hindernisse entgegen. In Wirklichkeit ist ja der Fall kaum denkbar, dass die Nachfrage nach einer Ware von einer einzigen physischen Person als letztem Konsumenten ausgeht. Ein Nachfragemonopol der Konsumenten ist daher nur in der Form möglich, dass die Nachfrage einer mehr oder minder grossen Zahl von im Nachfragewettbewerb nach einer Ware stehenden letzten Verbrauchern künstlich zusammengefasst wird. Dies kann entweder durch freiwilligen Zusammenschluss in einer Verbraucherorganisation nach Art der Konsumgenossenschaften geschehen oder durch eine Zwangsorganisation irgend welcher Art. Solange nun die Nachfrage der einzelnen Teilnehmer frei bleibt, und nur die individuelle Konsumwahl bestimmt wird, kann das kollektive Monopol seine Nachfrage nicht einschränken und infolgedessen keine Preisermässigung durchsetzen.

Während also der Angebotsmonopolist durch künstliche Einschränkung der Menge, einen höhern Preis zu erzielen sucht, müssen wir das Bestreben des Nachfragemonopolisten darin erblicken, durch Zurückhaltung der Nachfrage einen niedrigeren Preis zu erhalten, der wenn möglich unter dem Konkurrenzpreis liegt. Diese Konsumzurückhaltung steht in direktem Widerspruch zum Ziel des Konsumenten. In vielen Fällen wird es den Konsumenten überhaupt nicht möglich sein, die vorhandenen und sich immer wieder erneuernden Bedürfnisse nach einem Gute einzuschränken. Dies ist namentlich bei Existenzbedürfnissen der Fall, weniger bei Luxusbedürfnissen. Nur wo genügend Surrogate vorhanden sind, und die Bedürfnisbefriedigung auf diese Weise durchgeführt werden kann, kommt dem Nachfragemonopol eine gewisse Machtstellung zu, die unter Umständen einen Einfluss auf die Preisbestimmung gewährleistet. Aber selbst dann kann kein allzugrosser Preisdruck ausgeübt werden. Infolge der Angebotskonkurrenz wird der Preis des Gutes annähernd auf die Produktionskosten herabgesetzt, und eine weitere Senkung müsste zum Ausschluss des Grenzproduzenten führen. Nach Casper[1]) wird auch hier die

[1]) Casper, Das Monopol im Stufenbau der Wirtschaft, S. 530.

Monopolwirkung meistens gleich Null sein. Durch die Nachfragemonopolstellung kann nur die Grösse der Produktion beeinflusst werden, nicht aber der Preis. Auch Mayer und Wieser [2]) weisen darauf hin, dass das Nachfragemonopol den Preis auf die Dauer nicht unter die Kosten drücken kann. Es wird demnach kein vom Konkurrenzpreis stark abweichender Preis zustande kommen. Der Beweis hiefür wurde durch viele Konsumentenorganisationen erbracht. Ein gutes Moment bringt dieses reine Nachfragemonopol insoferne mit sich, als es durch die Konzentration der Konsumenten zur Behebung der Unübersichtlichkeit des Markes beiträgt.

Schon der rein menschliche Egoismus wird eine derartige Zusammenfassung der Nachfrage verhindern. Es würde sich ein der innern Konkurrenz analoger Fall ergeben. Das Gesamtinteresse müsste immer auch auf die Einzelinteressen Rücksicht nehmen, und die kaufkräftigeren Konsumenten würden nur ungern auf die Deckung ihres Bedarfs verzichten.

§ 13. Vereinigung von Nachfrage und Angebotsmonopol

Der Nachfragemonopolist ist zugleich Angebotsmonopolist der fertigen Produkte. Nach Mayer bestimmt sich dann der Preis, den er als Nachfragemonopolist den Anbietenden zu bezahlen hat, nach der Höhe der Produktionskosten des Grenzunternehmers, d. h. des anbietenden Produzenten, der mit den höchsten Kosten arbeitet, und der vom Monopolisten noch herangezogen werden muss zur Deckung seines Bedarfes, da er zur Erreichung des höchsten Monopolgewinnes als Angebotsmonopolist einer ganz bestimmten Menge bedarf. Für das fertige Produkt kann er den Preis nach den Regeln der Monopolpreisbestimmung festsetzen. Die Differenz zwischen dem Preis, den der Monopolist als Nachfragender nach Produktionsmitteln bezahlt, und dem Preise, den er als Angebotsmonopolist an der Produktion erzielt, kommt ihm allein zugute, infolge seiner doppelseitigen Monopolstellung. Ein derartiges Doppelmonopol ist z. B. das Tabakmonopol eines Staates. Der Staat besitzt ein Angebotsmonopol gegenüber den Konsumenten und ein Nachfragemonopol gegenüber den Pflanzern. Monopoloide

[2]) Wieser, S. 156.

Preisbildungen sind natürlich auch hier möglich. Benötigt der Staat beispielsweise Heeresartikel, so wird er diese aus Gründen der Sozialpolitik nicht bei einer einzigen Firma anfertigen lassen, sondern er wird auch schwächere Unternehmungen beschäftigen, trotzdem er diesen höhere Preise bezahlen muss.

Wieser[1]) weist darauf hin, dass der Nachfragemonopolist bei Kostenproduktion der Anbieter keinen Vorteil voraus habe gegenüber der freien Konkurrenz, weil er die Preise der Anbietenden nicht unter die Produktionskosten drücken könne. Er bezahlt daher dieselben Preise wie bei Konkurrenz, trotz seiner Nachfragemonopolposition. Dagegen braucht er keinen Teil des Gewinnes an den Verkäufer der Produktionsmittel abzugeben, den er als Angebotsmonopolist erzielt.

Zwiedineck[2]) unterscheidet, ob es sich um einen einmaligen Bedarf oder um die dauernde Versorgung handelt. Je nachdem erwartet er verschiedene Wirkungen auf die Preisgestaltung. Im ersten Falle ist massgebend die Dringlichkeit, mit der die am günstigsten gestellten Anbietenden verkaufen müssen. Handelt es sich aber um dauernde Versorgung, so schreibt er dem Preis die Tendenz zu, auf den niedrigsten Betrag zu sinken, der noch hinreicht, damit die vom Monopolisten benötigte Menge auf den Markt gelangt. Dieser Punkt wird mit den Produktionskosten des Grenzproduzenten identisch sein.

Schliesslich kann auch hier eine Art Preisdifferenzierung durch den Nachfragemonopolisten vorgenommen werden. Er kann die verschiedene Dringlichkeit der Anbieter berücksichtigen und ausnützen.

Reine Nachfragemonopole sind nur möglich an Endprodukten. Alle Nachfragemonopole an Vor- und Zwischenprodukten sind zugleich auch Angebotsmonopole. Ein Einfluss auf die Preisbestimmung kann nach Casper[3]) nur beim Angebotsmonopol erfolgen. Das Nachfragemonopol allein gibt keine solche Möglichkeit der Marktpreisbeeinflussung.

§ 14. Das beidseitige Monopol

Unter beidseitigem Monopol versteht man in der Mono-

[1]) Wieser, S. 280.
[2]) Zwiedineck, S. 165.
[3]) Casper, Das Monopol im Stufenbau, S. 530.

polliteratur[1]), dass dem Angebotsmonopol ein Nachfragemonopol gegenübersteht. Diese beiden Gebilde rufen zwei entgegengesetzt wirkende Kräfte hervor, da dem ein Maximum an Gewinn suchenden Angebotsmonopolisten ein Minimum von Preis suchender Nachfragemonopolist gegenübersteht. Sie können nun nicht beide ihr Ziel erreichen. Der Kampf der entgegengesetzten Kräfte wird zu einem Kompromisspreise führen, d. h. der Angebotsmonopolist und der Nachfragemonopolist werden sich an einem Punkte zwischen den beiden Extremen treffen. Wo dieser Punkt liegt, wird von der jeweiligen Macht dieser beiden Monopolisten abhängig sein.[2]) Die Beschaffenheit von Angebot und Nachfrage können in jedem konkreten Falle verschieden sein, so dass die Preise theoretisch nicht bestimmbar sind.[3]) Es können nur Grenzen angegeben werden, innerhalb denen der Preis zu liegen kommt. Von ausschlaggebender Bedeutung ist wiederum die Dringlichkeit des Austauschbedürfnisses. Dasjenige Wirtschaftssubjekt, das ein grösseres Interesse am Zustandekommen des Tausches hat, wird ökonomisch schwächer sein, und daher einen weniger grossen Einfluss auf die Preishöhe ausüben können. Diese hängt ab von der Macht und von der Geschicklichkeit der sich gegenüberstehenden Monopolisten.[4]) Die untere Grenze wird sicherlich gebildet durch die Produktionskosten des Angebotsmonopolisten. Als obere Grenze bestimmt Mayer die Wertschätzung des Konsumenten. Liegt es nun dem Anbietenden hauptsächlich daran, bestimmte Mengen abzusetzen, ohne Rücksicht auf den Preis, so wird derselbe mehr zu Gunsten des Nachfragenden ausfallen. Wird nur zu einem bestimmten Preise angeboten, so wird die Preishöhe durch den Anbietenden bestimmt, falls nicht der Nachfragende auch wieder nur zu einem bestimmten Preise nachfragt.[5]) Jedenfalls wird der Anbietende nicht unter den Eigenwert gehen, den er dem Gute beimisst. Ist der Nachfragemonopolist zugleich Angebotsmono-

[1]) Vgl. Mayer, Casper, Wolfers, Schneider, Amonn u. a. m.

[2]) Wolfers, Das Kartellproblem, S. 28.

[3]) Casper, Das Monopol im Stufenbau, S. 529 und Mayer.

[4]) Mayer. Wolfers, Ueber monopolistische und nicht monopolistische Wirtschaftsverbände, S. 295.

[5]) Amonn, Grundzüge, S. 181.

polist des fertigen Produkts, so wird nach Mayer die obere Grenze gebildet durch den Preis, den der Angebotsmonopolist beim Absatz der Produkte, die er zu einem Monopolpreis weiter verkauft, erzielen kann, abzüglich der ihm für andere Produktionsaufwendungen als den Ankauf der monopolisierten Produktionsmittel erwachsenden Kosten. Die endgültige Beeinflussung des Preises wird auch da von der stärkern Machtposition abhängig sein. Besteht bei beiden, dem Angebotsmonopolisten und dem Nachfragemonopolisten, ungefähr dieselbe Dringlichkeit des Austauschbedürfnisses, so werden sie bald zur Einsicht gelangen, dass ihr grösster Vorteil in einem Zusammenschluss mit entsprechender Preis- und Gewinnregelung liegt.

Im Grenzfall kann der Preis bei den Produktionskosten des Angebotsmonopolisten liegen. Dann wirkt nach Casper[6]) das Nachfragemonopol als den Konkurrenzpreis erhaltend. Handelt es sich nun um ein Nachfragemonopol, das zugleich auch mit einem Angebotsmonopol verbunden ist, so kann der Monopolist die ihm durch das Produktionsmittelmonopol entstandene Monopollast, dank seiner eigenen Vorzugsstellung auf seine Abnehmer abwälzen. Laut Casper[7]) wird sich jede Ungeschicklichkeit beim Tausche durch den geminderten Monopolgewinn sichtbar machen.

§ 15. Das Monopoloid

Der Ausdruck Monopoloid findet in verschiedenem Sinne Verwendung. Wieser[1]) zählt dazu jene Gebilde, die man allgemein als unvollständige Monopole zu bezeichnen pflegt, wenn das Angebot oder die Nachfrage nur zum grössten Teil bei einem Wirtschaftssubjekt vereinigt sind. Dem gegenüber nennt Mayer jene Konstellationen Monopoloide, bei denen alle Voraussetzungen zu einem vollständigen Monopol erfüllt sind, der Monopolist jedoch auf die restlose Ausnützung seiner Gewinnpolitik verzichtet. Dieser Verzicht wird nicht durch die Konkurrenz erzwungen, sondern beruht auf irgendwelchen andern Umständen. Er kann erfolgen aus gesellschaftlichen, rechtlichen oder freiwilligen Gründen. Es kann in der restlosen Verfolgung des Gewinnstrebens für den Monopolisten die Gefahr liegen,

[6]) und [7]) Casper, Das Monopol im Stufenbau, S. 529.

[1]) Wieser, S. 281.

seiner Machtstellung verlustig zu gehen. Dies dürfte namentlich bei lebensnotwendigen Gütern der Fall sein, wo sich die allgemeine Meinung gegen hohe Monopolpreise richtet. Um solches zu verhindern, besitzt der Staat zwei wirksame Mittel. Das Monopol kann verstaatlicht werden, oder es kann eine behördliche Festsetzung der Preise erfolgen. Im letzteren Falle kommt dem Monopolisten gleichwohl noch die Möglichkeit einer Gewinnerzielung zu. Wie wir wissen, erfolgt die Marktbeeinflussung durch Mengen- oder Preismanipulation. Da nun der Preis fixiert ist, wird der Monopolist die Menge festsetzen. Er wird also diejenige Menge absetzen, die zum vorgeschriebenen Preise den maximalen Gewinn ergibt. Durch die behördliche Preisherabsetzung erfolgt ja im allgemeinen eine Nachfragesteigerung. Wichtig ist vor allem, wie sich mit der Zu- und Abnahme der Produktion die Kosten verhalten. Bleiben die Kosten bei zunehmender Produktion gleich, oder sinken sie sogar, dann wird der Monopolist natürlich so viel wie möglich abzusetzen suchen. Für den Monopolisten werden daher die Kosten die ausschlaggebende Rolle spielen. Das beste Beispiel solcher monopoloider Gebilde bieten jene Privatbahnen, die unter staatlicher Aufsicht stehen und an bestimmte Tarifsätze gebunden sind. Die Kontrolle über vorgeschriebene Höchstpreise wird gerade bei derartigen Bildungen sehr erleichtert, da die Produktion und der Verkauf zentralisiert sind. Durch das Mittel der Mengenregulierung ist der Monopolist immer noch imstande, einen ansehnlichen Gewinn zu erreichen. Produzent und Konsument stehen sich auch hier noch als zwei feindliche Parteien gegenüber, die einen Ausgleich ihrer Interessen suchen.

Durch Casper[2]) erhält der Begriff des Monopoloids einen neuen Inhalt. Er spricht nur bei einem Verzicht auf den maximalen Gewinn, der aus freiem Willen erfolgt, von einem Monopoloid. An Stelle des Gewinnstrebens tritt das Streben des Monopolisten nach dem maximalen Absatz, der vollkommenen Befriedigung des Bedarfs der Abnehmer. Als Mittel zur Erreichung dieses Zweckes dient eine künstliche Produktionsausdehnung. Der Maximalgewinnpreis wird ersetzt durch den Minimalgewinnpreis. Die untere Grenze liegt dort, wo die Gesamt-

[2]) Casper, Zur Preistheorie des Bedarfsdeckungsmonopols, S. 214 ff.

einnahmen gerade noch ausreichen, um die Gesamtkosten zu-decken. Die Produktionsausdehnung wird auch hier abhängig sein von der Elastizität des Angebots und der Nachfrage. Das Bedarfsdeckungsmonopol schützt den Konkurrenzpreis. Durch die Abgabe von Differentialrenten an die Konsumenten kann der Preis sogar unter den Konkurrenzpreis sinken. Dies erfolgt ebenfalls durch den Monopolwillen. Die Einstellung des Monopolisten ist daher stets von grösster Bedeutung. Seine Gesinnung bei der Monopolausnutzung bestimmt die Monopolwirkung. Als Preise des Bedarfsdeckungsmonopols sind anzusehen alle Preise zwischen Minimalgewinnpreis und Konkurrenzpreis. Je starrer die Nachfrage, und je eher eine Kostensteigerung erfolgt, um so schneller ist das Maximum der Produktionsausdehnung erreicht. Das günstigste Ergebnis wird erzielt bei sinkenden Kosten und elastischer Nachfrage. Einen solchen vollständigen Verzicht auf den Monopolgewinn werden wir wohl nur bei Staatsmonopolen finden. Beim Privatmonopol wird das Gewinnstreben überwiegen. Der Staat dagegen kann sich solcher Gebilde bedienen, um allgemein verbreitete Bedürfnisse vollständig zu befriedigen. Je niedriger der Preis, desto besser kann das Ziel erreicht werden. Nicht selten wird auch die Preisdifferenzierung verwendet, um eine weitere Produktionsausdehnung zu ermöglichen. Entsprechend den Mengen, die unter den Produktionskosten verkauft werden, müssen Mengen zu einem Preis über denselben stehend, abgesetzt werden, damit ein Ausgleich erzielt wird, der die Gesamtkostendeckung ermöglicht. Der eigentliche Ertrag eines solchen Unternehmens tritt dann nicht rechnungsmässig in Erscheinung.

Nicht alle Staatsmonopole aber dürfen als Monopoloide bezeichnet werden. Das Steuermonopol verfolgt beispielsweise dasselbe Streben wie jedes Privatmonopol. Es werden diejenigen Preise festgelegt, die den grössten Gewinn einbringen. (Zum Beispiel Branntwein- und Tabakmonopol.)

Bei Monopoloiden wird es nicht möglich sein, eine Gesetzmässigkeit in der Preisbildung herauszufinden. Die konkreten Daten, d. h. die Wirtschaftsgesinnung des Monopolisten muss als wesentliches Moment berücksichtigt werden. Dieses Moment ist jedoch in Wirklichkeit von Fall zu Fall verschieden.

Einzig und allein beim Bedarfsdeckungsmonopol, wo an Stelle des Strebens nach dem maximalen Gewinn, das Streben nach maximalem Absatz tritt, könnten Gesetzmässigkeiten herausgefunden werden. Man darf aber das Bedarfsdeckungsmonopol wohl ruhig als Ausnahmefall behandeln. In den seltensten Lagen wird ein vollständiger Verzicht auf jeglichen Gewinn eintreten.

§ 16. Ergebnisse der Monopolpreislehre

In den Anfängen der Betrachtung des Monopolproblems pflegte man nur den sogenannten Optimalpreis als Monopolpreis zu behandeln. Als Ausgangspunkt für die Untersuchungen wählte man das vollständige Monopol, d. h. die Vereinigung des Angebots oder der Nachfrage in der Hand eines Wirtschaftssubjektes. Dabei gelangte man zur Feststellung, dass nicht mit jeder Monopolstellung (totale Vereinigung von Angebot oder Nachfrage) auch eine Monopolwirkung verbunden sei. Selbst wenn alle notwendigen Voraussetzungen zu einer monopolistischen Preisbildung vorhanden sind, kommt nicht immer ein Monopolpreis im obigen Sinne zustande. Zwischen Monopol und Monopolpreis bestehen demnach keine festen Beziehungen. Der Umstand, dass dagegen häufig solche Gebilde, die nicht vollständig, sondern nur zu einem bestimmten Teil über das Gesamtangebot oder die Gesamtnachfrage verfügen, einen Monopolpreis erzielten, führte dann dazu, dass man das Monopol und den Monopolpreis mehr von der Preisseite, als von der Seite des Monopolbestandes zu untersuchen begann. Was hatte es für einen Sinn, von einem Monopol zu sprechen, wenn sich daraus keine andern Wirkungen ergaben, als bei freier Konkurrenz. Nicht die Zahl der Anbieter, die Verfügungsmacht über das Gesamtangebot oder die Gesamtnachfrage erwies sich als massgebend, sondern die Marktbeeinflussung. Diese Beeinflussung kann nur durch ein subjektives Moment erfolgen, und zwar durch den aktiven Monopolwillen. Er äussert sich in einer Beschränkung des Angebots oder der Nachfrage und kommt damit einer direkten Preisbeeinflussung gleich. Statt der Mengenmanipulation kann aber auch eine direkte Preismanipulation erfolgen, was heute wohl meistens der Fall sein wird. Wesentlich für den Begriff des Monopols ist demnach,

dass durch den Monopolwillen, infolge der wirtschaftlichen Macht, eine Preisbeeinflussung erfolgt. Dabei erweist sich der Optimalpreis als ein mehr oder weniger bloss theoretisches Gebilde, das für die Erklärung der Wirklichkeit einer Modifikation bedarf. Die Grenzen der Monopolausnutzung sind auf die Dauer nicht durch die Elastizität des Angebots und der Nachfrage gegeben, sondern es treten daneben noch andere Konkurrenzkräfte gegen das Monopol auf. Soll sich daher das Monopol auf längere Zeit behaupten, so müssen diese Kräfte bei der Monopolpreisbestimmung berücksichtigt werden. Wir gelangen damit zum Monopolpreis auf längere Dauer, der dem Monopolisten unter Einberechnung sämtlicher Konkurrenzgefahren den grössten Gewinn verspricht. Das Streben nach dem grössten Gewinn fällt nicht dahin, es wird nur modifiziert. Jeder Preis wird zum Monopolpreis, der durch Monopolwillen über das tatsächliche Konkurrenzniveau gehoben wird. Der Optimalpreisbegriff, zu dessen Betrachtung die Angebots- und die Nachfragekurve genügen, da keine weitere Konkurrenz vorhanden ist, was im Grenzfall möglich ist, wird als theoretisches Instrument zum bessern Verständnis des Monopolpreises überhaupt verwendet. Der Verwirklichung eines solchen Preises werden aber stets Hindernisse entgegenstehen.

Abgesehen von diesen Grenzen der Monopolbestimmung, kommt stets die Wirtschaftsgesinnung des Monopolisten in Betracht. Erst durch sie wird das Mass der monopolistischen Ausnutzung festgelegt. Allgemein wird das Streben sicherlich in der maximalen Gewinnerzielung zu suchen sein. Nur in wenigen Ausnahmefällen wird eine Mitberücksichtigung des Konsuminteresses erfolgen. Und dies auch nur bei Staatsmonopolen. Hier wird das von Casper beschriebene Bedarfsdekkungsmonopol den äussersten Grenzfall liefern. Schon Marshall [1]) wies in seinen allgemeinen Ergebnissen auf die geringe Berücksichtigung der allgemeinen Interessen hin. Jedermann sucht vor allem aus der Wirtschaftslage seinen Vorteil zu sichern. Marshall stellte die Forderung auf nach einer Abwägung der beiderseitigen Interessen auf Grundlage von statistischen Messungen der Grössenverhältnisse der Vor- und Nachteile. Die Interessen der Monopolisten betragen ja immer nur einen Bruch-

[1]) Marshall, S. 467.

teil des Gesamtinteresses. Das private Gewinnstreben steht im Vordergrunde. Es sollte daher nach seiner Meinung eine staatliche Kontrolle erfolgen, und Unternehmungen, die nur wenig Gewinn bringen und für die Gesamtheit sich als unproduktiv erweisen, müssten ausgeschaltet werden. Es wäre aber auch noch der Punkt zu berücksichtigen, ob nicht durch die Verwendung eines grossen Teils des Monopolgewinnes zur Produktionsverbesserung mit der Zeit eine Preisverminderung erwartet werden könnte. (Namentlich von Egner bejaht.) Diese Ueberlegungen haben heute um so mehr Interesse, als die Privatwirtschaft durch Zusammenschlüsse in zunehmendem Masse zu einem monopolistischen Vorgehen gelangt.

Die Erfahrungen haben gezeigt, dass die Monopolpreise absolut nicht immer die höchsten zu sein brauchen, wie Adam Smith [2]) glaubte. Gerade der monopolistische Zusammenschluss, namentlich wenn derselbe mit einer Kostensenkung verbunden ist, kann zu Preisbildungen führen, die unter das Konkurrenzniveau von vorher zu liegen kommen. Eine generelle Verurteilung des Monopolpreises ist aus diesen Gründen nicht gut am Platze. Ein Abstellen auf die jeweiligen konkreten Daten muss als das Beste bezeichnet werden. Treffen wir doch auch den umgekehrten Fall an, dass trotz bestehenden Wettbewerbsbedingungen ein Monopolpreis erzielt werden kann. Dies ist namentlich der Fall bei Gütern dringenden Bedarfs, deren Angebotsmengen ziemlich gleichmässig auf mehrere Wirtschaftssubjekte verteilt sind und diese davon Kenntnis haben. Mit Sicherheit können die Unternehmer darauf rechnen, dass die Abnehmer beim Kauf in erheblichem Masse von ihnen abhängig sind. Aus diesem Grunde werden sie von einer bestimmten Preisforderung ausgehen, die sich nach der höchsten Preisforderung eines Konkurrenten richten wird, auch auf die Gefahr hin, nicht alles absetzen zu können. Der dadurch entstehende Verlust wird gedeckt durch den höhern Preis der abgesetzten Teilmenge. Weiss nennt diese stillschweigende, monopolistische Vereinbarung ein Quasimonopol (Koalition), das meist nicht von langer Dauer ist.

Die Beurteilung wird daher stets auf die konkreten Daten Rücksicht nehmen müssen.

[2]) Smith, S. 86.